
UNA NOVELA
PUBLICITARIA
NO
ROMPAN
LOS
BOLETOS
POR
JUAN
GUJIS
SIGNO VITAL
EDICIONES DIGITALES


UNA NOVELA
PUBLICITARIA
NO
ROMPAN
LOS
BOLETOS
POR
JUAN
GUJIS
SIGNO VITAL
EDICIONES DIGITALES

No rompan los boletos

Una novela publicitaria

Juan Gujis

ISBN 978-987-3610-30-1

1. Narrativa Argentina. 2. Novela. I. Título. CDD A863

Fecha de catalogación: 22/01/2015

Diseño de portada: Omar Di Nardo

Foto de portada: Fabián Trapanese

Editado en Argentina

Dedicatoria:

A mis nietos Teo, Julieta Inés, Félix y Luciana Andrea,

que llenan de alegría, ternura y orgullo los años dorados de mi vida.

A mi nieta Uma ya le había dedicado mi primer libro,… pero igual

también le dedico éste, con todo mi amor de abuelo baboso.

Agradecimientos

A mi maravillosa familia: mi esposa Analé y mis hijos Florencia, Juan Alberto y Rosario Sofía, lo mejor que me pasó en la vida. Todos responsables, a su manera, de que haya decidido escribir esta novela, sobre todo por su aliento permanente y sus críticas piadosas.

A Adriana Oyarzabal y todo el profesional equipo de Signo Vital Ediciones, por su apoyo a este proyecto.

A todos los publicitarios que crearon y produjeron los anuncios que se describen minuciosamente en este libro, mi profundo agradecimiento: esta novela es de alguna manera un homenaje a tanto talento y trabajo.

A mis amigos Antonio, Eduardo, Eduardo Alberto, Enrique, Marcelo y Pepe, del grupo Acíndar. Y, especialmente, a mi suegro Alberto Faustino Varela y mi amigo Ernesto Collivignarelli, in memorian. Tomar el nombre de ambos fue una manera de expresar el amor que siempre sentiremos por ellos.

INTRODUCCIÓN

Esta es una obra de ficción. Los nombres, personajes, empresas, agencias, organizaciones, lugares, acontecimientos y hechos que surgen en la misma son producto de la imaginación del autor o han sido usados en el marco de la ficción, salvo la mención explícita de reconocidos profesionales de la publicidad. Cualquier parecido con personas vivas o muertas, o con hechos reales, es pura coincidencia.

Todos los avisos de gráfica, vía pública, radio y televisión que aparecen en esta novela, son reales. Los nombres de los verdaderos creadores figuran en las fichas técnicas incluidas en las últimas hojas. Pero todas las historias narradas alrededor de la creación de esos anuncios, son producto de la imaginación del autor. La cronología de esos avisos fue modificada según las necesidades del guión y a los efectos de facilitar la trama, es decir, los comerciales descriptos pueden o no haber sido producidos en las épocas en las cuales se los ubica.

Esta novela pretende ser un homenaje a las personas que, al alcanzar cierta edad, muchas veces son dejadas de lado. Alguien que perdió su trabajo y no logra reinsertarse siente seguramente que es material descartable y que no son valoradas sus condiciones profesionales por el solo hecho de haber cumplido los 40.

En la Argentina aquellos que tienen entre 40 y 50 años son considerados viejos para ciertas actividades. Una locura. En esos años el ser humano no sólo tiene intactas todas sus condiciones sino que, además, éstas se ven enriquecidas por la experiencia.

Nunca me pasó, gracias a Dios. Pero comprobé muchísimas veces que esto es así.

Mi voz de aliento, entonces para aquellos que sufren los sinsabores de una sociedad confundida, según mi humilde opinión.

"En las sociedades occidentales uno ya es viejo a los 40 años.

Y los actores somos descartables por lo menos hasta los 70 años,

cuando a veces aparece el reconocimiento”.

(Joe Rígoli, actor, Suplemento Espectáculos del diario Clarín, 6 de marzo de 2010)

Capítulo 1

-A mí no me vas a poder comprar, ¡porquería de mierda!- le gritó la mujer rubia a uno de los hombres que entraban a la fiesta, al tiempo que le propinaba un tremendo puntapié en una de sus pantorrillas.

Hasta ese momento el Gran Salón del clásico y lujoso hotel de la Avenida Alvear prometía una de sus famosas noches de festejo, donde todo el mundo se encontraba. Era una de esas ocasiones en que empresarios, publicitarios, periodistas, políticos, deportistas, modelos, en fin, la crema de los negocios y la publicidad, aprovechaban para encontrarse, saludar viejos amigos y, por qué no, sentar las bases para futuros acuerdos.

El cóctel, organizado por una revista especializada en marketing y publicidad, hacía unos minutos que había comenzado a brillar. El ingreso incesante de todo tipo de personalidades hacía prever una noche inolvidable, hasta que, para algunos de sus protagonistas, la reunión había tomado un giro inesperado.

Detrás de la mujer agresora, un hombre que la acompañaba también se tiró encima del azorado individuo que acababa de ser golpeado, dispuesto a trompearlo, pero la rápida intervención de algunos testigos se lo impidió. El dolorido receptor de la patada no fue el único sorprendido, por supuesto. Todos los que presenciaron la escena miraban con estupor a la rubia elegante, monísima, vestida con transparencias negras, sin entender cómo semejante belleza podía haber actuado de esa manera. Además, los zapatos de taco aguja no son los más indicados para intentar ese golpe. Lo cierto es que atrás de ese primer impacto hubo varios más -que también llegaron a destino-, ni bien el acompañante de la beldad

pudo colocar algún que otro sopapo. No era otro que Alberto P. Varela, presidente de la agencia de publicidad que llevaba su nombre y uno de los personajes del ambiente. Varela era un hombre de contextura mediana, de unos cuarenta y cinco años y aspecto ingenuo, con un bigote cuidado y con algunos kilos de más, aunque no llegaba a ser gordo.

A medida que la situación iba siendo controlada, los testigos del escándalo fueron reconociendo al agredido, José María Rodríguez Zugasti, presidente de la agencia Woody Publicidad. Rodríguez fue ayudado a retirarse prestamente antes de que a alguien se le ocurriera volver a pegarle. A pesar del disgusto, lucía el mismo aspecto atildado de siempre. El pelo renegrido apenas se había despeinado y sus ojos, ya de por sí penetrantes, echaban chispas. Se alejó por el largo pasillo alfombrado del hotel escoltado por dos o tres adláteres chupamedias que siempre lo acompañaban, visiblemente mortificado por la escena que le había tocado enfrentar y nada menos que en una de las reuniones empresarias más esperadas del año. También lo custodiaron un par de hombres del hotel. A ningún establecimiento de prestigio le gustan las discusiones en público y mucho menos la trifulca que se había originado. Lo mejor era conducir amablemente al damnificado hasta la salida, antes de que se le ocurriera responder el ataque.

Lo sucedido corrió rápidamente de boca en boca y podía asegurarse que, al final de la velada, ninguno de los 700 presentes había dejado de enterarse de la riña.

Lógicamente que a muchos la versión de lo que realmente había pasado les llegó distorsionada: los golpes terminaron siendo muchos más y las consecuencias físicas también, según el teléfono descompuesto.

Pero los puntapiés existieron, los insultos también y la presurosa retirada del titular de Woody estaba confirmada. La explicación del porqué del escandalete también corrió como reguero de pólvora entre los curiosos invitados: horas antes, Zugasti había anunciado oficialmente la incorporación a su agencia del equipo creativo más brillante, más hot de los últimos tiempos, el que hasta ese momento había militado en las filas de la agencia Alberto P. Varela Publicidad. Es decir que, literalmente hablando, le había robado los mejores cerebros de su agencia.

La dama que inició las hostilidades en el cóctel era Clara, la directora de medios y brazo derecho de Albertopé –como todos los integrantes de la agencia llamaban a su jefe- y una de las más afectadas por la situación que estaba viviendo la compañía.

Muchos recordaron que no hacía mucho tiempo Zugasti había tentado a otra dupla creativa de esa misma agencia y también los había incorporado a su plantel.

De manera que la pérdida de sus creativos estrella estaba diezmando las filas de la agencia agresora. Ése fue el motivo por el cual Albertopé, Clara y un reducido grupo de integrantes de la mesa chica, habían estado esperando a Zugasti para desquitarse de alguna manera y tratar de humillarlo ante tan importante concurrencia.

Lo que estaba por verse era quién o quiénes realmente habían quedado mal parados ante la concurrencia.

Una cosa era segura: la City tenía tema asegurado para el día siguiente.

Capítulo 2

Cuando José Coli entró por primera vez a la agencia Turquesa para tener una entrevista con el dueño, se preguntó si el nombre se lo habrían puesto por el color o porque quizás el creador tenía apellido de origen turco (¡ja!). Pero antes de que se decidiera por una de las alternativas, ya estaba sentado frente al hombre al que todos -después se enteraría- le decían “el viejo”.

Canoso, elegante, de riguroso traje y corbata, lo estudiaba con su gesto circunspecto, con ojos atentos y brillantes. Si algo se destacaba en el dueño de la agencia era, precisamente, su mirada. Siempre brillante, siempre joven. Aunque José se daba cuenta de que estaba en presencia de un señor “grande”, como suele llamarse eufemísticamente a los ancianos, era consciente de la energía que ese hombre irradiaba. Además, tampoco era tan grande.

El contacto se lo había hecho un amigo de su viejo. Y allí estaba, recién dado de baja de la colimba, frente a una de las leyendas vivientes de la publicidad argentina. Un poco nervioso pero confiado, porque José sabía que había nacido para esta profesión. Desde la escuela primaria le “tiraban” los reclames, como llamaba su abuela a los avisos de las revistas y la radio. Y en la secundaria cuando había que escribir un texto cualquiera en las clases de Castellano y posteriormente de Literatura, siempre primero él, a menudo felicitado por las profesoras. Menos aquella vez cuando tuvo que escribir acerca de Domingo Faustino Sarmiento en una especie de competencia interescolar donde los mejores trabajos de todo el colegio, de primero a quinto año, serían enviados al Ministerio de Educación para concursar con escritos participantes desde todo el país.

Una tarde la profesora de Literatura preguntó “¿Quién es Collivignarelli?”, y una vez identificado le informó: “Su trabajo sobre Sarmiento va a representar a esta escuela en las competencias interescolares, pero quiero que sepa que yo no estoy de acuerdo porque, evidentemente, alguien se lo escribió, joven”.

No hizo falta que se defendiera, todos sus compañeros se le tiraron encima a la profe… Hacía mucho tiempo que José era el futuro escritor de la clase.

Pero él no quería ser escritor, al menos por el momento. Quería escribir, sí, pero avisos, frases, eslóganes, en fin, quería trabajar en publicidad y ganar mucha plata.

Don Ricardo sabía que el chico no tenía ninguna experiencia y, para saber si servía, la mejor manera sería ponerlo a trabajar. Se lo había recomendado un entrañable amigo y desde que convocó al candidato ya estaba decidido a tomarlo a prueba. Por eso es que, sin mayores preámbulos, le dijo que estaba adentro.

-¿Cuando podés empezar?-, le preguntó.

-No sé, ahora mismo-, le respondió sin poder creer lo que estaba escuchando.

-Bien. Andá ya mismo al departamento creativo y presentate ante Fortunato. Él va a ser tu jefe y tu mentor. ¿Cómo me dijiste que te llamás?

-José Francisco Collivignarelli, pero todos me conocen por Coli. Es más corto y más fácil de recordar.

-Mmm- pensó unos instantes Don Ricardo -José ya hay un empleado y Francisco… también. ¿Tenés algún apodo?, ¿no? Bueno. A partir de hoy sos Pepe Coli, casi una marca, ¿qué te parece?

Qué le iba a parecer. Todo bien, lo principal es que "estaba adentro" según le había dicho el presidente. Agradeció, se paró y se dirigió a la puerta. Antes de salir el viejo lo llamó nuevamente.

-Antes de que te vayas, pibe, te quiero dar tu primera lección. Mejor dicho dos. Grabate esto: en publicidad no hay que escribir, hay que sintetizar. Y esto otro: siempre hablá de las ventajas de un producto, no de sus virtudes.

-¿No es lo mismo?- le preguntó Pepe.

-Parece lo mismo, pero no lo es. Hablá de lo que un producto va a hacer por una persona, no tanto de lo maravilloso que es ese producto. ¿Comprendés?

-Sí, gracias- dijo un poco confundido, y se fue. Ya habría tiempo de profundizar el tema. Ventajas, no virtudes, ventajas, no virtudes, repitió mentalmente como la nena de "era para untar", y pensó, "era para untar,… era para untar…"

La puerta decía "Sala de Arte". Supuso que ese era el departamento

creativo.

-¿El señor Feliciano?-, preguntó.

-Fortunato, querrás decir-, le contestó desde una de las mesas de dibujo un hombre de unos 40 años, muy morocho, alto, con aspecto bonachón.

-Sí, perdón- (tragame tierra).

-Me avisó Ricardo que venías para acá, agarrá esos lápices que te voy a enseñar a sacarles punta. Es la primera lección para un buen dibujante.

-Yo no sé dibujar-, informó tímidamente José.

-¿Ah, no? ¿Ricardo lo sabe? ¿Y qué se supone que vas a hacer en esta agencia?

-Me gusta escribir. Soy bueno escribiendo pero, claro, voy a necesitar que me guíen…

-Aquí al lado hay una salita con un escritorio y una Olivetti. Andá y esperá que enseguida te van a llevar una orden de trabajo para unas frases que tendrás que escribir para radio. Tienen que estar listas en… exactamente un par de horas. Si te inspirás, te sobra tiempo. Andá. Y suerte- lo despidió Fortunato.

“Este tipo está loco”, pensó José, que no tenía la menor idea de cómo construir una frase de radio. A lo sumo se acordaba algunas de memoria, de toda la vida, como “Usted camina, camina y camina y al final… compra en Sadima”. La mueblería de Catamarca y Rivadavia. O aquella otra “Señor almacenero, no me callo. Quiero el mejor, quiero aceite Gallo”.

-Hola- dijo una mina espectacular entrando sin golpear en su oficinita.

-Hola- saludó mirando las turgentes tetas y tratando de que no se diera cuenta. Se paró como un resorte extendiendo su mano. Ella lo miró divertida y le puso la mejilla para que la besara.

-Mirá, Pepe- (¿cómo diablos sabía su nombre?), -esto es un brief. Significa “corto” en inglés y sintéticamente te cuento que esta planilla tiene toda la información sobre el producto que vas a necesitar para crear. Aquí dice “dos frases de radio de aproximadamente 10 palabras cada una”, ¿ves? Bueno, cualquier duda me llamás, yo soy María Antonieta, la contacto de la agencia. Soy la que visita a este cliente para ver qué necesita. Según me dijeron estos lentes para sol son los mejores del mundo, de manera que quizás tengas que hacer hincapié en eso. No sé. Vos sabrás. ¿Okey?

De María Antonieta en adelante Pepe no registró más nada. “¿Nadie tendrá un nombre común en esta agencia?”, se quedó pensando. “Ah, sí, Ricardo (el dueño), José y Francisco”, a quienes todavía no conocía.

-Hasta luego-, dijo Antonieta y se fue, dejándolo solo con su alma. ¿Y ahora?

El brief tenía solamente un par de líneas que decían "Estamos en condiciones de afirmar que son las mejores lentes para sol del mundo". Punto. "Eso es una virtud" reflexionó. "Tengo que encontrarles una ventaja…", acordándose de los dichos de don Ricardo.

El informe también decía que las frases iban a ser emitidas en dos programas de radio con mucha audiencia y que competían entre sí a partir de las 19 hs. "Listo, ya está", pensó Coli, y sintió una agradable sensación en el estómago que no lo abandonaría jamás a lo largo de su vida profesional. Ese calorcito siempre le confirmaba que estaba ante una buena idea…

Fue sencillo. Basó las frases en el horario en que serían emitidas, justo a la hora en que el sol más molesta (estaban en verano), sobre todo a los automovilistas. Buscó la complicidad de la audiencia con preguntas al estilo de "Dígame la verdad, ¿a usted no le molesta el sol a esta hora?", y luego el cierre proponiendo comprar esos anteojos. Las frases gustaron mucho y él mismo las llevó hasta las radios para evitar cualquier inconveniente con los cadetes. Pero antes de retirarse de la agencia recibió una sorpresa. Antonieta le entregó, de parte de Fortunato, un libro a todo color con la biografía y gran parte de la obra de Fortunato Lacámera, uno de los pintores de la Escuela de la Boca. Y una notita que decía "Para que te grabes mi nombre pero, además, con la intención de acercarte la pintura de este maestro. Amor por la venta, más amor por la redacción, los libros, el cine y la pintura, he ahí la formación de un publicista. F".

Esa noche, Pepe escuchó orgulloso sus frases de radio mientras

hojeaba el libro de Lacámera Su carrera había comenzado.

-¿Qué te hizo decidir a trabajar en publicidad?- le preguntó Antonieta una mañana.

-Una tarde fui con un amigo a ver los ganadores del Clío en un cine del centro. Él me consiguió una invitación sabiendo que la publicidad me tiraba. Un aviso de Volkswagen me rompió la cabeza. Hasta ese momento nunca pensé que un comercial de televisión podía emocionarme tanto… es ese aviso que se llama "Funeral" con un cortejo fúnebre,… ¿lo tenés?

-No- respondió dudando Antonieta. Y allí Pepe aprovechó su momento para lucirse. Haciendo gala de una buena memoria, le relató el comercial tratando de captar su atención. La tenía toda para él en su oficina y no quería que se fuera muy rápido.

-Mientras la fila de autos va hacia el cementerio, una voz en off dice: "Cuando marcho hacia mi última morada, quiero expresar mi postrera voluntad. A mi esposa Rose, que gastaba dinero como si no existiera un mañana, le dejo 100 dólares y un pájaro de colores. A mis hijos Rodney y Víctor, a los que tanto les di para el juego y las mujeres ligeras, 50 dólares a cada uno, en monedas de diez centavos. A mi socio George, cuyo único principio era gastar, gastar y gastar, no le dejo nada. A mis otros amigos y parientes, que tampoco apreciaban mucho el valor de un dólar, les dejo un dólar. A mi sobrino Harold, quien a menudo decía 'Un penique ahorrado, un penique ganado', le dejo toda mi fortuna: 100.000 millones de dólares". En ese momento aparece en escena Harold conduciendo un modesto escarabajo de Volkswagen, cerrando la fila de autos del cortejo.

-¡Aguante Harold! - aplaudió entusiasmada Antonieta.

-Salí del cine y ahí mismo, en la vereda, le dije a mi amigo: "voy a estudiar publicidad". Ese comercial siempre me pareció una obra de arte, comparable a un cuadro de Lacámera. A propósito: me encantó la dedicatoria de Fortunato.

-¿Me guardás un secreto?- le pidió Antonieta. -Fortuni me tiró el concepto de lo que quería ponerte en la tarjeta, pero la escribí yo. Él no se lleva muy bien con la redacción.

-Gracias por el secreto. Igual, me encantó su definición de lo que a su entender es un publicista. Y pienso aplicarlo. Me acabo de comprar una colección completa de grandes maestros de la pintura de todos los tiempos. Soy un burro, no conozco nada de pintura.

-No te hagas problema, yo sé menos que vos. Me voy. No te olvides que para la reunión de las once tenemos que presentar las frases de radio de las lanas-, le recordó Antonieta y se retiró.

“¡Qué culo, qué culo” pensó al ver como Antonieta se alejaba, recordando la frase que le atribuyen a Jack Kennedy el día que Marilyn le cantó el happy birthday en su cumpleaños número 45, en el Madison Square Garden de New York. Lástima que Antonieta tenía 26 años, era un poco grande para él. Seguro que estaba de novia para casarse o se fijaba en tipos mayores que ella. Pero la verdad es que estaba impresionado por su carita, sus ojos de un azul profundo, su naricita respingada. sus tetas divinas y su no menos divina cola. Una mina completa.

"Lana Mamita, acaricia y no pica", había escrito Pepe la tarde anterior en su Olivetti. Y le parecía una genialidad. Haber resuelto con apenas seis palabras la frase de radio que el anunciante Mamita estaba buscando hacía mucho, lo llenaba de orgullo. Fue a la reunión del comité de la agencia, especialmente invitado por primera vez. Allí estaban Don Ricardo, Francisco, el gerente general de la agencia, José, el director general de cuentas, Fortunato, y varios creativos más. Todos tiraron sobre la mesa sus ideas y cuando llegó su turno supo que ganaba. Nada de lo visto y escuchado hasta el momento era relevante. “Lana Mamita, acaricia y no pica”.

Nadie opinó hasta que el viejo lo hiciera, por supuesto.

-Me gusta-, dijo sin dudar. -Pero me gustaría pelotearla un poco entre todos. Lo mejor que tiene es que en pocas palabras tira dos ventajas. Que acaricia y que no pica, pero hay algo que no me cierra.

A Pepe no le gustó que el grupo manoseara su frase, según su punto de vista, pero pronto iba a comprender el valor de trabajar en equipo.

Al rato el viejo interrumpió las conversaciones y preguntó:

-¿Qué les parece “Lana Mamita, suave, no pica?

La frase acababa de quedar lista para ser presentada al cliente. Días después, fue aprobada con felicitaciones para la agencia.

Fueron pasando las semanas. Una tarde, Pepe tuvo acceso, de casualidad, a un informe que Fortunato había enviado a un cliente. Uno de esos clientes muy detallistas, en todo. Lo leyó con preocupación: “El actor contactado no mostró adecuada trayectoria e interés por al propuesta. Se mostró contradictorio y no fue convincente en mostrar interés por al propuesta. Poca información poseía sobre el papel a actuar y se su participación en el comercial. Si bien posee capacidad histriónica y gestual, estos no son firmes y el nivel requerido para el trabajo. Es una persona de bajo nivel de tolerancia la frustración y energía para la filmación.”

¿Cómo podía ser que no le hubiera hecho ver este informe a un corrector de la agencia antes de enviarlo? Seguramente por vergüenza. Pero esto era mucho peor. No quería imaginarse la cara de los clientes al ver ese memo. Un desastre. Decidió que intentaría ayudarlo. Fortunato le caía realmente bien y no quería que tuviera un problema por algo fácilmente remediable, como por ejemplo que alguien –él mismo- se encargara de redactar los informes a los clientes. Si Fortuni aceptaba, claro está.

“Decime José, ¿es cierto que le imitás perfecto la firma al Teniente Coronel?”, le preguntó el sargento ayudante James una mañana en la oficina que compartían en la biblioteca del Ejército. José se quedó helado. ¿Cómo se había enterado James? El día anterior habían estado jugando con los otros soldados destacados en la biblioteca a ver quién imitaba mejor la firma autógrafa del Teco, y su imitación fue perfecta. Pero de ahí a que la anécdota hubiera trascendido… De todas maneras, decidió decirle la verdad. "Sí mi sargento". “Bueno”, siguió James, “firmá aquí” La firma, casi auténtica, quedó estampada en un pedido grande de artículos de limpieza. Doce escobas, varios trapos de piso, todo tipo de limpiadores, en fin, lo que se dice un pedido generoso. Ése fue apenas el comienzo.

José era consciente de que los favores que estaba aportando en algún momento le serían recompensados. De hecho, el trato que le dispensaba su sargento era casi de un amigo a otro. No pasó mucho tiempo para que José comenzara, además, a redactar las cartas, los informes, los resúmenes que el sargento llevaba a firmar al Teco muy orgulloso, caminando muy orondo por el pasillo central de la biblioteca, tratando de disimular, sin éxito, la enorme panza. Su escritura había mejorado notablemente… gracias al soldadito Coli.

James alternaba buenas y malas en la consideración de José. Si bien a él lo trataba muy bien, tenía algunas actitudes que no le gustaban para nada. Una tarde en que estaban cruzando la Plaza de Mayo, el sargento -vestido de civil-, al ver que los granaderos estaban arriando la bandera argentina del mástil principal, se detuvo en seco y mirándola con devoción dijo "Bandera de mi patria, bendita seas…".

Un par de viejitos que estaban sentados en uno de los bancos observando la escena, no pudieron reprimir una risa casi imperceptible. ¡Para qué! El sargento, muy ofendido, les espetó a viva voz, casi gritando: "¡Ponerse de pie!". Los dos viejos se pararon más rápido que ligero, bastante asustados. Qué hijo de puta. James se sonrió complacido porque lo hubieran obedecido, y continuó su marcha acompañado por Coli, a quien el momento vivido no le había gustado. Le había parecido una bravuconada sin sentido.

Ésa fue una de las malas. De las buenas, la que recordaría para siempre de su vida de soldado era la anécdota que él mismo había bautizado "El piso más brillante del mundo".

-Colito, te quiero pedir un favor-, le dijo a los cuatro meses de colimba el sargento. José esperó el pedido, pensando "¿Qué me irá a encargar?, primero me dijo cariñosamente Colito y después agrega

por favor”.

-¿Viste la sala de encuadernación? Bueno, resulta que las viejas me pidieron si no podíamos hacer una limpieza más a fondo que la de todos los días. Por favor, Colito -(¡otra vez!)-, mañana tirale un poco de agua al piso y pasale un secador, así las dejo conformes.”

La “sala de encuadernación” era una habitación bastante grande, donde dos señoras mayores realizaban una tarea artesanal: cortaban, encolaban y encuadernaban prolijamente una cantidad de documentación que llegaba diariamente a la biblioteca. El soldado Collivignarelli la barría todos los días y coincidía con las mujeres en que la roña se estaba haciendo insoportable. Evidentemente, con barrer no alcanzaba.

Al día siguiente Coli ingresó temprano al chiquero. Las dos empleadas se habían pedido el día “por limpieza y desinfección”, por supuesto. Mejor, así podía trabajar tranquilo. Decidió poner en marcha un axioma de la barra de amigos, “si lo vamos a hacer, hagámoslo bien”. Si algo sobraba en esa sección eran elementos de limpieza, él personalmente había aprobado varias “requisiciones de materiales”,… así que allí estaba en la sala, a las 9 de la mañana, provisto de escoba, baldes, jabón en polvo, secador, trapo de piso, líquido desinfectante con olor a limpio. Pasó buena parte de la mañana barriendo a fondo y tirando cantidad de cartón, papeles y restos de sustancia desconocida. Después subió a las mesas todo lo que pudo: sillones, sillas, banquitos, mesitas, lámparas, todo lo que estaba apoyado en el piso negro en condiciones de ser levantado del piso.

Acto seguido tiró una buena cantidad de jabón en polvo y fue con un par de baldes hasta el baño, distante unos quince metros. La espuma que produjo fue espectacular. Mientras refregaba una y otra

vez cada rincón de la sala, se preguntaba cómo iba a hacer para juntarla, ya que baldear imposible porque el lugar no daba a ninguna rejilla cercana. Finalmente, optó por la única solución a mano: pasar el trapo de piso todas las veces que fuera necesario y escurrirlo en los baldes. Llevar los baldes al baño, vaciarlos y volver a empezar. Sus 21 años ayudaron y mucho para completar una tarea dura. A media tarde, sin haber ido a almorzar, vestido con la ropa de gimnasia pero sin remera, absolutamente empapado en sudor, comprobó con sorpresa que el piso no era negro. Era de baldosones color rojizo. Cuando terminó de quitar todo la espuma y comenzó a repasar con el trapo de piso, éste apareció en todo su esplendor.

El sargento James vio el resultado de la limpieza y convocó entusiasmado a todo el personal del sector. Oficiales, suboficiales y soldados se asomaban cada tanto por la puerta de la sala sin poder dar crédito a lo que veían: resultó ser que la oficina de encuadernación tenía un piso hermoso.

La recompensa para el soldadito llegó a los ocho meses de servicio militar. Se fue en la primera baja.

Y ahora, en la agencia, Pepe decidió que con su jefe inmediato podía ocurrir algo semejante. Ayudarlo con los informes escritos podía ser una muy buena ocasión de congraciarse con el director del departamento de arte y redacción. Pepe Coli se convirtió en el delfín de Fortunato y creció al amparo de sus alas.

Trabajó duro durante cinco años en Publicidad Turquesa, hasta alcanzar el cargo de subdirector creativo.

Pero muy a su pesar la agencia olía a naftalina. Un día decidió

cambiar de rumbos, pero no sólo por ese motivo. Todos sus colegas y compañeros eran de la opinión de que, para progresar en publicidad, cada tanto hay que cambiar de agencia. A diferencia de otras profesiones y trabajos, estar más de 2 ó 3 años en un mismo lugar no es bien visto. En una empresa se puede hacer carrera. En la actividad docente también. Lo mismo en la justicia, medicina, en la política. Pero en publicidad no. El que permanece demasiado tiempo ya sea en una agencia, consultora o productora, es juzgado por sus colegas como alguien que no tiene los méritos necesarios como para progresar. “Por algo no lo llaman” puede ser la frase lapidaria que resume esta realidad.

Coli creció profesionalmente con esa idea y la llevó a la práctica. Siempre que pudo cambió de agencia. A veces por la plata, otras por las marcas que iba a manejar. De Turquesa se llevó un montón de enseñanzas y varios campeonatos de ping pong y papi-fútbol ganados.

Y una sola discusión fuerte con el viejo. Dos años atrás, a través de su padre, José fue convocado por los allegados de un candidato político para que les creara una campaña publicitaria. El hombre era un muy buen candidato, podía ganar las próximas elecciones presidenciales y Pepe no entendía bien por qué habían pensado en él para semejante responsabilidad, con tantos colegas creativos consagrados disponibles. Un poco por los contactos de su padre en el partido, y otro poco porque sus avisos ya eran reconocidos en el ambiente, lo concreto es que el ofrecimiento existió. El candidato quería que la agencia Turquesa lo asesorara publicitariamente, bajo su dirección creativa.

-¿Vos estás loco, Pepe?- le dijo don Ricardo cuando el joven y entusiasta redactor le llevó la propuesta. -¡Vamos a perder todos los clientes! ¿Quién va a querer trabajar con nosotros si perdemos las elecciones? Y tampoco si las ganamos. Nadie quiere estar demasiado pegado al poder de turno. Una cosa para los empresarios

es apoyar poniendo plata para la campaña y otra muy distinta que tu agencia sea la agencia del partido gobernante. Las empresas desconfían de los políticos. Y los políticos de los empresarios. O sea, nada bueno puede salir de este quilombo en el que nos querés meter.

-Pero, señor– intentó argumentar Pepe–, nos va a dejar buena plata…

-Si alguna vez lográs cobrar…- interrumpió Ricardo.

-Y además –continuó Pepe haciendo caso omiso al comentario- nos va a permitir lucirnos, tener notas en los medios, ganar premios, quizás conseguir trabajar para políticos del Exterior…

-Esperá, esperá, dejame pensar por favor- lo interrumpió el viejo nuevamente. -Decime una cosa: ¿cómo vas a hacer para mantenerte ajeno al partido, no pegarte a sus ideas? ¿Vos sabés quién es Jacques Seguelá? Es la S de la agencia francesa RSCG, el más brillante publicista de los políticos franchutes. Hace poco en una conferencia a la que asistí dijo que si un creativo está demasiado cerca del partido político al que pretende hacer triunfar, corre el peligro de estar enceguecido por la filosofía de ese partido. ¿Qué tal?

-Hay que tratar al candidato como si fuera un producto más…- dijo sin mucho convencimiento Pepe.

-¿Ah sí? Y decime, por favor, ¿qué ventaja vas a mandar al frente? Seguelá también dijo, entre un montón de cosas, que la publicidad

obliga a un candidato a definirse. Había cien hombres distintos por su último candidato y él tuvo que optar por uno solo de esos hombres. ¿Vos creés que algún político argentino alguna vez se va a definir? ¿Alguna vez viste un afiche prometiendo alguna ventaja? Lo único que les interesa es que aparezca una foto bien grande de ellos con cara de honestos y buenos tipos. Y el que promete seguro que después no cumple, por lo cual corrés el riesgo de formar parte del embauque.

-Este candidato puede hacer gala de su honestidad…- argumentó Pepe.

-¡Ya me imagino los carteles de vía pública!– siguió el viejo enfervorizado. –Una enorme foto de tu candidato y abajo la leyenda "Honestidad"… Como si ésa no fuera una condición intrínseca para postularse a un cargo público. Por favor...

Y la discusión había seguido por carriles más o menos parecidos hasta que la decisión fue, finalmente, que la agencia rechazara el convite. Publicidad Turquesa seguiría impoluta, al menos en lo concerniente a la actividad política.

Junto con las enseñanzas recibidas de parte de don Ricardo, más allá del recuerdo de aquella discusión, Pepe Coli se llevó también la amargura de conocer algunos aspectos de la naturaleza humana, a través de algunas situaciones vividas en esos años. Rápidamente aprendió que los hombres son capaces de ser generosos pero también egoístas. Aprendió, por ejemplo, que la envidia es uno de los sentimientos más difíciles de manejar por los seres humanos. A veces extrañaba la burbuja del secundario, donde las únicas preocupaciones eran la doble hora de matemática de los viernes y que algunas minitas no le dieran bola…

En cambio esto formaba parte del mundo real, con sus grandezas y sus miserias. Solamente trabajando se conoce la naturaleza de los hombres, y vaya si Pepe la estaba conociendo.

Su más amarga experiencia en ese sentido había comenzado el día que se enteró que el gerente de publicidad del cliente más importante de la agencia, 40 % de la facturación, había renunciado para irse a trabajar al Exterior. No porque le importara que el hombre hubiera renunciado, sino por todo lo que siguió.

En los días posteriores radio pasillo informó que el cliente le había ofrecido el puesto vacante nada menos que al ejecutivo de cuentas de Turquesa que los atendía desde hacía tres años. Inteligente, dinámico, inglés perfecto, treinta y cinco años, emocionalmente estable (casado con dos hijos), era el candidato perfecto. Conocía las marcas, la industria, sus necesidades y, por si fuera poco, estaba trabajando en la agencia encargada de hacer sus memorables campañas publicitarias.

Gustavo Carrasco no solamente era el ejecutivo de esa cuenta, sino que, además y a pesar de su juventud, ostentaba la máxima responsabilidad de la agencia ante los clientes: era el director general de cuentas. O sea, tenía bajo su responsabilidad la atención de todos los clientes de Turquesa, comandando a un gran equipo de ejecutivos y asistentes.

Era imposible que Carrasco rechazara semejante oportunidad. Reconocían su capacidad, le triplicaban el sueldo y, muy importante, pasaría del otro lado del mostrador. En lugar de ser la agencia, pasaba a ser el cliente. Mejor dicho, su majestad el cliente. Sin poder ocultar su entusiasmo, Gustavo le comunicó a Francisco,

el gerente general de la agencia, su decisión de pasarse a las filas de Cliente S.A.

Francisco, un hombre robusto peinado a la gomina con raya a la derecha, lo felicitó y le preguntó si podía hacer algo para retenerlo. Rápidamente se convenció de que la decisión era inapelable y convino los primeros detalles de la desvinculación. Por supuesto, apenas Gustavo dejó su despacho, Francisco fue a ver a don Ricardo.

-¡De ninguna manera voy a permitir que ese pendejo se vaya a nuestro mejor cliente!– bramó el viejo apenas Francisco entró. -Me acaba de llamar Reinaldo para pedirlo y ya le anticipé que se olvide. Para nosotros sería un enorme perjuicio que se lo lleve… sin dejar de mencionar que no sé con quién carajo lo reemplazaría. ¿Vamos a salir a buscar de la noche a la mañana un director general de cuentas que, además, sea experto en esa industria?

-Podemos ascenderlo a Sánchez, que tiene antigüedad y ya manejó a esa cuenta…- dijo imprudentemente Francisco.

-¡Estás en pedo!– siguió irritado el viejo. –Si vos pensás que el inútil de Sánchez puede ser el director general de cuentas de esta agencia, entonces estoy rodeado de inútiles, empezando por vos…

-Don Ricardo…

-¡Un carajo! Ya le dije a Reinaldo que, si no me quiere ver enojado de verdad, que no siga jodiendo con este tema. Me dijo que Gustavo todavía no contestó, que no me apresure, que a lo mejor no se

quiere ir de la agencia. Así que andá y decile a este pelotudo que ni lo sueñe, que llame declinando el ofrecimiento y que se ponga a trabajar en lugar de andar perdiendo el tiempo con los clientes de esta agencia. Andá, y si hace falta dale un aumento del 20 ó 30 %, pero no quiero oír hablar más de este asunto.

-Está bien, don Ricardo. Ahora mismo voy. Pero,… ¿me permite una pregunta?

-…

-¿Tan imprescindible le resulta Gustavo que no lo quiere dejar ir? Si hace un par de meses casi lo rajamos…

-A ver si me entendés, Francisco. Yo nunca voy a permitir que un empleado mío se transforme en mi jefe, ¿capice? ¿Te quedó claro? Yo podré aguantarle sus desplantes a Reinaldo, él es el presidente de la empresa que más nos da de comer. ¿Pero estar bajo el miembro de Carrasco? Jamás. Ni de él, ni de ningún empleado mío. Andá y decile que yo hablé con Reinaldo y que su operativo abandono del barco está abortado. Dicho esto don Ricardo se dio vuelta y se puso a mirar por la ventana, en clara insinuación de que daba por terminada la reunión. Don Chicho había hablado.

-Hola, Gustavo, mirá, surgió un problema –comenzó Francisco su discurso previamente ensayado, ante un hombre lívido, que intuía algo malo. El viejo no quiere que te vayas. Te necesita. Me pidió que te ofrezca un aumento y que sigas con nosotros. Va en serio, olvidate del ofrecimiento de tu cliente.

-Pero, Francisco, usted sabe que me ofrecieron el triple de lo que estoy ganando aquí. Es imposible…

-Pibe. ¿Vos me oíste lo que te dije? Don Ricardo no quiere que te vayas. Está dispuesto a hablar con Reinaldo si es necesario. Olvidate, haceme caso. Agarrá el cincuenta por ciento de aumento que puedo ofrecerte, llamá renunciando al puesto que te ofrecieron, y ponete a trabajar que yo me ocupo de hacerte quedar bien con el viejo. Y aquí no ha pasado nada.

-Supongo que el viejo hijo de puta ya debe haber hablado con Reinaldo. No sé si me voy a quedar, Francisco. A lo mejor renuncio y busco trabajar en cualquier lado, pero lo que no puedo creer es que usted se esté prestando a esta farsa. Es injusto. Y seguramente si llamo a la empresa para pelear por mi ingreso, me va a dejar colgado del pincel… Estoy jaque mate. Todo esto es una mugre…

Al día siguiente, la esposa de Gustavo llamó a Francisco. Entre sollozos alcanzó a decirle: “Señor Francisco, mi marido está muerto. Esta mañana se despertó, se sentó en la cama y se cayó de costado. Cuando llegó la ambulancia ya estaba sin vida. Dicen que fue un infarto…”.

Capítulo 3

Cuando Pepe Coli ingresó como director general creativo (DGC) a la agencia Alberto P. Varela Publicidad, había cumplido 43 años y se sentía en el mejor momento de su vida. Activo, inspirado, relajado, con toda la experiencia y con todas las ganas. Sentía que ahora comenzaba a jugar en un equipo grande de Primera División, para Copa Libertadores. Sus almuerzos, entrevistas y conversaciones telefónicas con el presidente y accionista mayoritario de la nueva agencia, habían llegado a buen puerto. Un sueldazo y la posibilidad de atender desde la dirección creativa a cuentas realmente picantes. Grandes anunciantes del país, como para lucirse. Sin ninguna duda, había fichado para un equipo grande.

Iba a reportar directamente a Albertopé, como todos lo llamaban, de quien nadie sabía su segundo nombre, es decir, a qué nombre correspondía la famosa P. “¿Cómo diablos se llamará?”, se preguntaba Pepe. El dato, guardado bajo siete llaves, le provocaba la misma curiosidad que a muchos y tomó nota mental de que más adelante intentaría que alguien se lo revelara.

Veinte años de experiencia le permitían tener algunas certezas con respecto a su trabajo. Si algo tenía en claro es que debía armar fuertes equipos que se ocuparan de la cocina creativa, bajo su batuta conductora. Como el viejo director de orquesta sinfónica que había visto la noche anterior en la tele, él no debía tocar ningún instrumento, pero sí dominarlos a todos.

Desde hacía bastante tiempo su trabajo diario había disminuido en directa proporción al aumento de su fama como responsable creativo de las agencias donde había trabajado. Cuanto más vacío de papeles su escritorio, mejor. Es más, últimamente ya ni siquiera

usaba escritorio. Prefería una mesa redonda con varias sillas donde recibir a sus creativos y pelotear con ellos las mejores alternativas. Su tarea consistía en motivar, informar, sugerir, ayudar a abrir las mentes de sus colaboradores. Pero no perdía tiempo intentando crear. Ya no participaba de las tormentas de ideas que muchas veces los creativos arman para ayudar a que aparezca la idea salvadora. Nada de eso. A lo sumo alguna vez terminaba de concretar y dar forma a una punta creativa. Pero era consciente de que su mayor ventaja era su capacidad de generar ideas, sin ocuparse luego de desarrollarlas. Para eso estaban los otros creativos.

Muchas veces se limitaba a evaluar y juzgar lo que otros le proponían y en eso sentía que era el mejor. Su estómago le mandaba señales positivas cuando le llevaban una buena idea.

Coli era un experto en crear climas creativos. Buena onda, música, información precisa, instrucciones a tener en cuenta. No era un improvisado, todo lo contrario. Pero creía en el olfato, la intuición y las casualidades. En las filmaciones, por ejemplo, siempre estaba muy atento a circunstancias y ocurrencias no previstas, que podían mejorar el producto final. Jamás desoía las sugerencias de actores y modelos de cambiar una escena, quitar una palabra o agregar un párrafo. Su carrera estaba llena de golpes de suerte que él había sabido aprovechar, y que otros hubieran desechado de plano. Es difícil que creativos y directores de cine acepten así como así cambiar un libreto previamente establecido.

Una de las condiciones que Pepe le puso a Albertopé cuando arregló su ingreso a la agencia, fue tomar a María Antonieta como coordinadora del departamento creativo. Algo así como una asistente todo terreno capaz de solucionar cualquier inconveniente y de resolver imprevistos, amén de aceitar convenientemente toda la organización del sector. Antonieta continuaba siendo una debilidad de Coli, y seguía su trayectoria a través de una amistad que nunca se había cortado. A veces pasaban meses, pero siempre

volvían a comunicarse para saber en qué andaba cada uno. Y ahora que el desafío era enorme, Antonieta podía darle la seguridad, que seguramente necesitaría, en un montón de temas.

Además, hacía poco que ella se había separado. Y Pepe, también separado, le seguía teniendo muchas ganas, aunque no tenía la menor idea de si sería correspondido el día que se decidiera a tomar la iniciativa.

Aceptada la incorporación de la nueva coordinadora, el requerimiento más importante que expuso en la mesa de negociaciones fue que debían tomar seis nuevos creativos, lo que permitiría formar tres nuevas duplas. Esos tres nuevos equipos aumentarían notablemente la capacidad de tomar trabajos y tener más alternativas para presentar a los clientes actuales y futuros. Para que la planilla de sueldos no se viera tan perjudicada con los seis ingresos –más su propio sueldazo-, le anticipó a su jefe que pensaba publicar un aviso en diarios y medios especializados y poder tener de esa manera la posibilidad de conocer sangre nueva. En primera instancia no tenía pensado incorporar consagrados para, precisamente, evitar pagar sueldos altos, y además lo seducía la idea de descubrir nuevos talentos.

Albertopé se mostró sorprendido con la idea de publicar un aviso, ya que el 99 % de las búsquedas de creativos se llevan a cabo a través de contactos, averiguando qué mentes están detrás de ciertas campañas, quiénes son los colegas que están haciendo bien las cosas, en fin, capturando cerebros a la competencia. Un llamado telefónico, una cita en un lugar reservado, una oferta excelente más la promesa de un futuro promisorio, son elementos suficientes para cazar cabezas. ¿Para qué gastar plata en avisos?

-Para ver si nos llevamos una sorpresa y escribe alguien impensado

–argumentó Pepe. -Para conocer gente nueva con mentes brillantes y espíritu combativo –continuó con humor. -Pero también para que todo el mundo sepa que nos estamos expandiendo. Siempre es bueno que las empresas, el periodismo y la contra se enteren de que estamos creciendo. Los actuales clientes incluso.

-¿Y si alguno de esos clientes me llama pidiéndome que tome a un conocido?

-Tomate una semana de vacaciones y santo remedio. Ni le contestes. Además, seguro que unos días de descanso te vendrían bien. Yo en cambio no tengo compromisos con nadie, soy nuevo en la agencia.

Lo primero que llamaba la atención a las personas que ingresaban al bunker de Pepe Coli era una enorme pizarra blanca ubicada frente a la puerta de entrada, justo detrás de la silla donde él se sentaba. La pizarra tenía escrito en letras grandes una leyenda: "Frases célebres", y debajo de la misma, escritas de manera caprichosa y sin guardar ningún orden en particular, podían leerse leyendas cortas de todo tipo. Algunas con letras bien redondas, otras con letra de imprenta, daban la sensación de que habían sido escritas por diferentes personas, y así era efectivamente. Cuando alguien creía que una frase merecía ser incorporada a la pizarra, lo consultaba a su dueño, es decir, a Pepe. Si éste la aprobaba, la persona la escribía con la mejor letra posible, utilizando unas de las fibras que abundaban en su mesa de trabajo. Algunas frases aclaraban el autor.

"La propina es la mejor inversión" (Aristóteles Onassis)

"Amor por la venta + por la pintura + por los libros + por el cine + por la música = un publicista" (Fortunato)

“En nuestras fábricas producimos cosméticos. En las perfumerías vendemos ilusiones” (Revson)

“Al enemigo, ni justicia” (Juan Perón)

“Hasta la victoria siempre” (El Che)

Otras, en cambio, eran de autor anónimo o desconocido, como “A pobres no debas y a chicos no prometas” o “Poné cara de nueve”. Con esa pizarra a sus espaldas, Coli cerró personalmente las entrevistas finales para la selección de los nuevos creativos.

Todos los que trasponían la puerta de su oficina tenían excelentes antecedentes, ya que habían pasado por una buena cantidad de filtros. Estudios cursados, carpetas de trabajo, antecedentes laborales, situación familiar, sueldo pretendido, etc. ya habían sido convenientemente evaluados. A Coli le quedaba la complicada tarea de intentar elegir a los seis más apropiados, tratando de no equivocarse.

A todos los que participaron en el proceso de selección y evaluación previo les había sorprendido el perfil de uno de los postulantes. Treinta y dos años, pelo largo, barba tupida, aspecto prolijo, Santiago tenía dos títulos universitarios: licenciado en marketing y licenciado en publicidad. Se había recibido primero en Marketing y luego cursó y completó Publicidad. Y que lo hubiera completado no era un detalle menor, porque el sujeto en cuestión ya estaba trabajando en una agencia. Por lo general los estudiantes de publicidad abandonan los estudios cuando los toman en una agencia. ¿Para qué recibirse? Hasta estaba mal visto por sus

compañeros de trabajo. "Aquí estás aprendiendo de verdad, ¿para qué seguir estudiando?", "¿Que querés, colgar el diploma en la agencia?", eran frases repetidas hasta el cansancio.

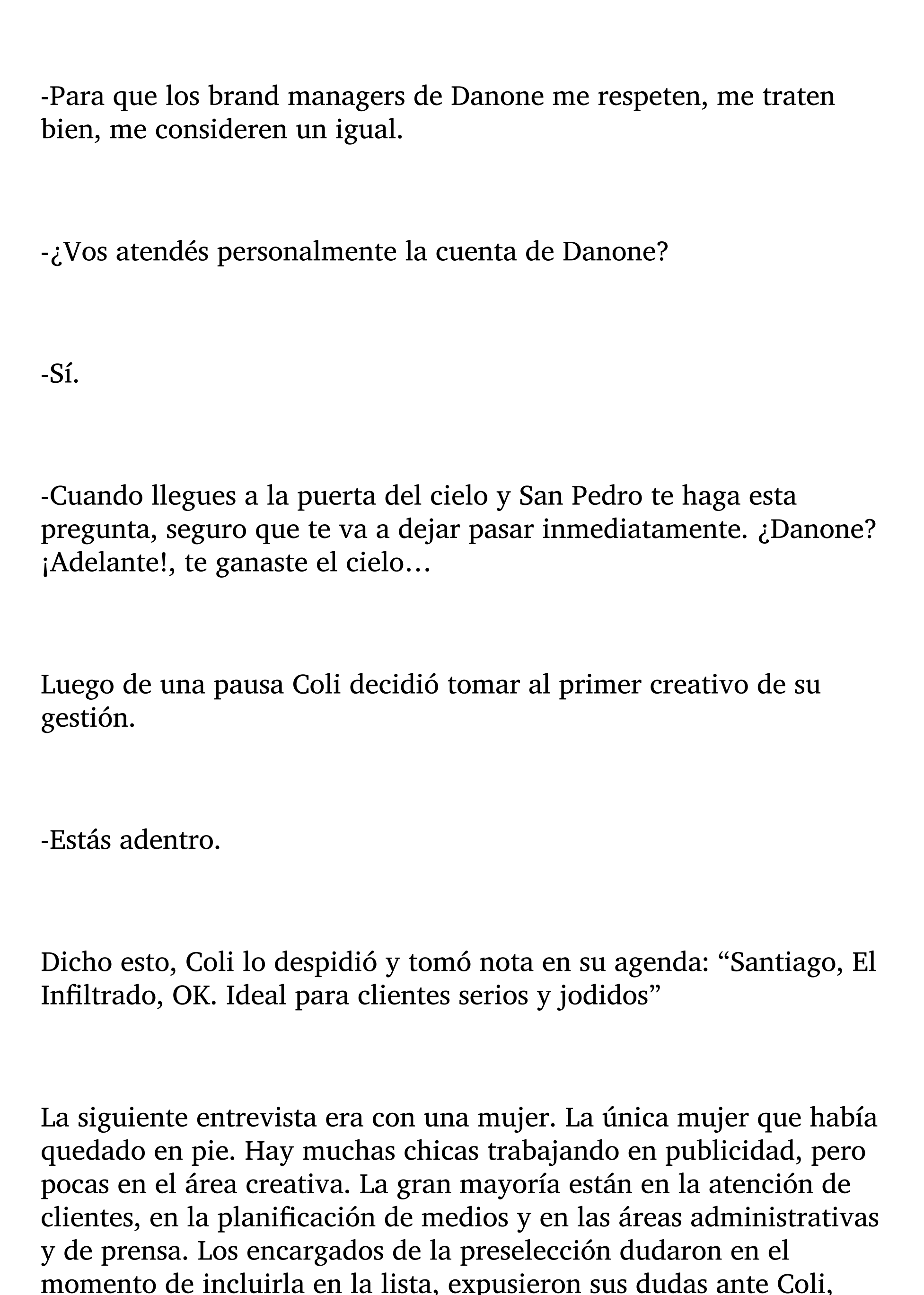
Pero este candidato evidentemente se había apartado de los malos consejos y tenía los dos títulos. Antagónicos. Porque los marketineros y los publicitarios son de razas diferentes y muchas veces rivalizan entre sí. ¿Cuántas buenas ideas habrán ido a parar al cesto por culpa de los marketineros? ¿Cuántos dinerales se habrán tirado a la basura por culpa de las locuras de los publicitarios? Póngase esta frase en boca de una persona, y se sabrá cuál es su origen profesional.

Afortunadamente ambas profesiones son capaces de respetarse y convivir y es allí cuando comienzan a gestarse acciones positivas para las marcas. Pepe estaba tan desconcertado como los demás por el bi-profesionalismo, y desde hacía media hora tanteaba al postulante para tratar de formarse una opinión definitiva.

-¿Por qué se te ocurrió estudiar las dos carreras Santiago?- le preguntó, a sabiendas de que otros ya lo habrían consultado al respecto.

-Porque me pareció que con publicidad solamente no sería suficiente para manejar la comunicación de los productos. Marketing me amplió notablemente el panorama de los negocios, publicidad puso en caja mi creatividad. Mis compañeros de esta última carrera me decían "el infiltrado".

-¿Y de qué te sirvieron ambos estudios hasta ahora?



-Para que los brand managers de Danone me respeten, me traten bien, me consideren un igual.

-¿Vos atendés personalmente la cuenta de Danone?

-Sí.

-Cuando llegues a la puerta del cielo y San Pedro te haga esta pregunta, seguro que te va a dejar pasar inmediatamente. ¿Danone? ¡Adelante!, te ganaste el cielo…

Luego de una pausa Coli decidió tomar al primer creativo de su gestión.

-Estás adentro.

Dicho esto, Coli lo despidió y tomó nota en su agenda: “Santiago, El Infiltrado, OK. Ideal para clientes serios y jodidos”

La siguiente entrevista era con una mujer. La única mujer que había quedado en pie. Hay muchas chicas trabajando en publicidad, pero pocas en el área creativa. La gran mayoría están en la atención de clientes, en la planificación de medios y en las áreas administrativas y de prensa. Los encargados de la preselección dudaron en el momento de incluirla en la lista, expusieron sus dudas ante Coli, pero el flamante DGC lo resolvió con una de sus salidas:

-“La suerte es mujer”. A lo mejor nos la trae, cítenla.

En realidad, Coli creía en la mirada femenina para ciertos productos y situaciones. La opinión de una mujer podía ser un aporte fundamental en ciertas situaciones que los hombres no son capaces de entender. Por eso quiso verla y, ahora que la tenía enfrente, estaba arrepentido.

Sus antecedentes eran brillantes, tenía también un sólido pasado trabajando en agencias, como el Infiltrado, aunque su ausencia de tres años fuera de la competición, parecían una eternidad.

La típica. Para ser madre primero se tomó la correspondiente licencia y más adelante decidió renunciar para dedicarse tiempo completo a su hijo. Ahora expresaba su necesidad de volver a trabajar, posiblemente porque en el casillero Estado civil decía “separada”.

Parecía capaz y muy femenina, justo lo que Pepe buscaba. Además, tenía buena presencia, como pedían ridículamente algunos avisos de búsqueda de personal…

Linda sin ser una belleza, el maquillaje resaltaba sus ojos oscuros y los labios rojos. A Coli le encantaban las minas con aros y los labios rojos. Todo en ella reflejaba la necesidad de conseguir el trabajo. Y el maquillaje no alcanzaba a disimular la inquietud que transmitían sus ojos.

Coli estaba arrepentido porque le hacía ruido su situación personal. Vivía sola con su hijo de dos años, por lo que inevitablemente iba a

depender siempre de que no le fallara su empleada doméstica. O su madre. Y la publicidad es una actividad que no tiene horarios. Arranca por lo general cerca del mediodía y termina –en el mejor de los casos- alrededor de las nueve o diez de la noche.

Los más organizados trabajan desde las 9 de la mañana hasta las 6 o 7 de la tarde, con un break para almorzar algo ligero. Irse de la agencia a la tardecita es posible siempre y cuando no haya un incendio. O una filmación. Aquel que piense que la publicidad es un trabajo divertido, creativo y relajado, busque otra ocupación. La condición de relajamiento sólo podrán lograrla en vacaciones. Y los dormilones, mejor abstenerse.

Coli indagó al respecto con la chica y ésta le aseguró que su tema personal estaba absolutamente bajo control. Tenía quien cuidara al chico y, plan B, una madre y una hermana que podían socorrerla. ¿El padre del chico? “Es abogado, tiempo completo, viaja mucho, no puedo contar con él.”

Coli no estaba convencido y quedaron en encontrarse nuevamente. “Te voy a mantener informada”, le dijo a manera de disculpa. En el momento en que ella iba a retirarse, después de casi una hora de entrevista, notó una sombra en su cara, a la altura del pómulo derecho.

-¿Qué te pasó en la cara Claudia? –la detuvo.

-Ehhh, sí, un golpe -contestó evasiva.

-¿Con qué? -preguntó José repentinamente interesado. -Si vamos a

trabajar juntos, tenés que confiar en mí. Ser compañeros y amigos. Ese golpe parece producto de una trompada. Digo, soy aficionado al box y he visto cómo quedan los boxeadores en los días posteriores…

-¿Me puedo sentar?- preguntó ella con decisión.

-Por supuesto– autorizó Coli, intuyendo que la reunión comenzaba a ponerse interesante.

-Como habrá podido leer en la ficha, estoy separada. Hace dos años. El novio amoroso y romántico con el que me casé, se convirtió en un marido golpeador. Al principio algún sopapo, luego golpes más fuertes. Lo denuncié en la comisaría y fue peor. Se puso como loco. Me separé. Y me fui con el nene, Facundo, a la casa de mi madre. Al tiempo me pidió perdón, quiso volver, pero yo cuando cierro una persiana es para toda la vida. No solamente ya no lo quería más, sino que me provocaba mucho miedo, casi terror. Un día me llamó para decirme que quería dejarme el departamento para que me fuera a vivir con nuestro hijo. Que no quería que el chico se criara con la abuela, que nosotros necesitábamos nuestro espacio propio, que lo ocurrido con la pareja no tenía por qué perjudicar al nene, que me quedara tranquila que él estaba muy cambiado y saliendo con alguien. Que no me pensaba molestar para nada y que sólo nos veríamos durante los fines de semana cuando fuera a buscar a Facu para llevarlo a pasear. Volví con el nene al departamento de casada y todo se encaminó por carriles aceptables. Incluso me aseguró que él se ocuparía personalmente de los trámites de divorcio, ya que, como le conté…

-Tuteame, por favor-, pidió Coli.

-… Como te conté, es abogado, trabaja en un estudio donde toman

todo tipo de casos, incluso de familia. Bueno, todo bien hasta que yo conocí a otro hombre. Mejor dicho, volví a cruzarme con un viejo conocido con el que años atrás compartí clases en un taller literario. Bah, clases… Todos los que asistíamos teníamos vocación de mejorar nuestra redacción. Vito es escritor. Hace cinco años que le publicaron su único libro, pero de eso me enteré hace poco. El caso es que nos volvimos a encontrar, me invitó a salir, nos enamoramos, noviamos. Te imaginás que con el nene yo no tengo ni tiempo ni ganas de andar mucho fuera de casa, así que nos encontrábamos esporádicamente. ¿Te aburro? Sigo, la verdad es que necesito contarle a un hombre lo que me está pasando... Mi vieja no puede con su vida y mi hermana no sabe qué decirme. Parezco, mejor dicho, en el tema hombres soy una boluda que no puede estar con alguien que valga la pena. O tuve mala suerte, no sé. Sigo. Al año de salir con Vito y como mi ex estuvo sin aparecer durante seis o siete meses, le propuse que se viniera a vivir a casa. Qué locura. Lo pienso y no puedo creerlo. Las cosas que puede hacer una mujer por calentura…

-Y los hombres ni te cuento –acotó Pepe.

-Sí, claro. Pero yo no sé en qué estaba pensando. Mi intención era estar fuera de casa lo menos posible, que Facu tuviera una figura masculina en su entorno para reemplazar, de alguna manera, la carencia paterna y, obvio, poder disfrutar más de la compañía de mi novio.

Pero la cosa fue un desastre. Yo debería haberme dado cuenta el primer día que Vito se mudó al departamento. En un bolso trajo todas sus cosas. O sea, vino con su remera, un pantalón, un par de mudas, varios libros y nada más. No tiene donde caerse muerto. Pero, bueno, eso podía remediarse con una suficiente motivación. Al estilo de “O te conseguís un trabajo o te echo a patadas en el culo” –ambos rieron, aliviados porque la tensión se rompiera momentáneamente. -Lo que no tenía remedio era su fanatismo

político. El otro elemento que sacó del bolso, y con eso quedó vacío, fue una foto del Che Guevara enmarcada y con vidrio, que apoyó en la cómoda del dormitorio. Cuando salí de mi estupor, resolví que lo mejor era que el cuadro quedara en el dormitorio, para que Facu no tuviera ocasión de verlo seguido. Te la hago corta. Estuve dos meses sin saber cómo hacer para que Vito se fuera. Es un escritor frustrado, un perdedor, que sueña con que alguna editorial le publique. Es muy flojo escribiendo y no quiere trabajar de otra cosa, lo tuve que mantener yo. Y para colmo de males a mi ex se le ocurrió aparecer, sin previo aviso, por el departamento. Mil excusas que ni él se las cree, algún regalito para el nene y, en un momento que voy hasta la cocina para prepararle un café entra al dormitorio, seguramente para chusmear, y descubre la foto del Che. "¿Qué es esto?" Con mirarme le bastó. Y me pegó una cachetada.

-¡Metiste un tipo en el departamento, con tu hijo adentro! -me dijo el muy hijo de puta… Perdón… Como si tuviera derecho a algo. ¡Está viviendo con otra mina! Pero aunque así no fuera, ¿qué derecho tiene para meterse en mi vida? Y aquí estoy. A los 33 años acabo de mudarme a la casa de una amiga, después de haber cortado definitivamente con Vito. Nadie sabe dónde estoy, ni mi vieja. Estoy ahí provisoriamente, hasta que me anime a alquilar algo. Sigo muy preocupada y menos mal que no se me corrió el maquillaje antes. Aunque ya sé que el puesto no es mío, igual me voy aliviada.

-Gracias por la confianza. Hiciste muy bien en mudarte y que no pueda ubicarte y coincido plenamente con vos en que tu ex no tiene derecho a nada y mucho menos a pegarte. Es un cagón peligroso. Ahora bien, ¿quién te dijo que el puesto no es tuyo? Si redactás en esta agencia tan bien como contás las historias, sos una genia. Estas adentro. Y gracias por no haber llorado.

Cuando la nueva redactora se fue, Coli anotó en su agenda: "Claudia, La Cábala, OK. Mirada femenina, gran redactora y

narradora."

Capítulo 4

A la mañana siguiente del escandalete en el hotel, Albertopé se sentía realmente mal. Por más que se había tomado un par de aspirinas, la jaqueca no desaparecía. Para colmo, el día hermoso que se podía disfrutar desde su ventana parecía estar diciéndole que afuera estaba todo bien y, adentro, en su despacho y en su alma, todo mal.

Se paró, bajó la cortina americana hasta quedar en penumbras, bajó un poco más la música suave que había puesto para que lo ayudara a serenarse, pero todo resultó inútil. “Cuando uno está preocupado, hasta que no soluciona el problema, nada sirve”, pensó como tantas otras veces en su vida. Tomó impulso y pateó la pelota de fútbol casi desinflada que tenía en su oficina para jugar cada tanto. Albertopé era un futbolista frustrado, un patadura loco por el fútbol, y siempre tenía una pelota a mano, mejor dicho a pie, para patearla suavemente e intentar hacer algún malabarismo. Por ejemplo, elegía un sillón e intentaba, con un suave toque, colocar la pelota sobre el mismo. Cuando lo lograba, se sentía Pelé. O, mejor, Federico Sacchi, que no solo jugaba muy bien sino que además era muy fachero. “Si Sacchi se cae de la pinta, se mata”, dijo alguna vez alguien que no recordaba, pero con el que concordaba.

Pero aquella mañana el dueño de la agencia había optado por patear fuertemente la pelota, casi con furia, y no había hecho otra cosa que complicar las cosas, rompiendo una lámpara. ¿Cómo podían haberse descontrolado de esa manera? Y lo peor que el único culpable de lo sucedido la noche anterior, era él. Si bien Clarita había actuado como una poseída y antes de que pudiera frenarla ya había aplicado la patada, el único culpable era él. Lo sabía y no podía mentirse a si mismo. Porque no solamente había organizado el grupo de recepción a Zugasti, para reputearlo delante de todo el mundo, sino que cuando la situación se desmadró él

había colaborado activamente para que el hijo de puta se sintiera bien abochornado.

Qué mal. Qué disparate. Su arrepentimiento le iba a durar mucho tiempo seguramente. No se puede ir por la vida pegándoles a todos aquellos que capturan cerebros. Además -e íntimamente era lo que más le molestaba-, cuando alguien se iba de su agencia tentado por la competencia, eso hablaba claramente de su incapacidad para retener a los colaboradores valiosos. Sea por guita, poder, manejar otros clientes o lo que fuere, su principal trabajo era convocar y retener a los mejores. Y si los mejores se iban era porque él, el dueño de la agencia, no había sido capaz de tenerlos felices. Por ejemplo, habilitándolos como pequeños socios de la empresa.

-Señor Varela –anunció la voz de su secretaria por el intercomunicador- lo llama el señor Iribarne de Telefónica.

-Páselo, Beatriz –le contestó rápidamente, mientras pensaba que lo de "Telefónica" era una redundancia. Iribarne había uno solo, y era el mejor cliente, en términos económicos, de su agencia. Varela había ordenado que no le pasaran ningún llamado, sobre todo si algún periodista idiota intentara hablarle del episodio con Rodríguez, pero debía reconocer el buen criterio de su secretaria como para darse cuenta sola de que ésa era una llamada que no podía rechazarse.

Tomó aire profundamente y descolgó el tubo. "Laureanoooo", dijo a manera de saludo. Sabía que a los seres humanos nos encanta oír que alguien pronuncie nuestro nombre.

-Hola Alberto, buenos días, si es que se pueden decir buenos ¿no? -comenzó el director de marketing de su mejor cliente, sin

preámbulos. -Hay rumores de que anoche tu querida directora de medios protagonizó una escenita con Zugasti en el cóctel de…

-No sabés lo preocupado que estoy, Laureano –lo interrumpió Varela -Lo que pasa es que alguna vez en la vida uno tiene que descargar su bronca sin diplomacia, y eso fue lo que nos pasó.

-Te comprendo pero no te justifico, Alberto. Vos no podés ponerte a la altura de tu oponente conduciéndote sin medida. Hasta donde me contaron, perdiste toda dignidad…

El cachetazo lo dejó a Alberto sin habla durante unos cuantos segundos. Finalmente logró balbucear una respuesta.

-Tenés razón, Laureano. Si yo tuviera un tipo inteligente como vos a mi lado seguramente estas cosas no pasarían, mi gente debería pararme, no agregar leña al fuego en determinadas situaciones.

-Correcto. Pero no te llamé para hablar de tus quilombos, sino para recordarte que estoy muy preocupado por la falta de respuesta de la agencia a nuestra necesidad de contar ya con un comercial importante. Hace seis meses, seis meses, Albertopé, que les pedimos el laburo y hasta ahora no han podido dar en la tecla. Según mi jefe de publicidad cada guión que nos acercan es peor que el anterior y cuando se anima a traerme alguno que le parece potable, soy yo el que no está de acuerdo. ¿Qué les pasa, viejo? ¿Se les quemó el cerebro? Lo que más me molesta es que vos permitas que me traigan ideas, si es que se pueden llamar ideas, sin ningún sustento, pendejadas de chicos de primaria supuestamente divertidas pero que no son para nosotros. ¿Querés que te diga una cosa? Cuando me enteré de que Zugasti te afanó a Edgar y Jorge me alegré. Así como lo oís. Vos siempre me los vendiste como la mejor dupla

creativa de la Argentina y para mí son un par de pelotudos que alguna vez acertaron algo pero que se les acabó la suerte. ¿Sabés cómo les decimos en Telefónica? Batman y Robin…

Varela no quiso saber el porqué de los apelativos. A esta altura de la conversación no tenía ninguna importancia, por eso obvió el comentario y trató de encauzar el asunto, que comenzaba a apestar. Su otra actividad de valor en la compañía era tratar de conseguir nuevos clientes y que no se fueran los que estaban. A lo mejor estaba dramatizando la situación, pero Iribarne nunca le había hablado así.

-Tenés razón, Laureano. Te prometo que en un plazo de 45 días voy a tener todo resuelto. Nueva dupla y un guión único…

-¿Cuarenta y cinco días? Ni lo sueñes, Alberto. Mi presidente esta mañana me preguntó cuándo se estrena la nueva propaganda. ¿Estamos todos locos? ¡Me preguntó cuándo se estrena el comercial porque no se imagina que ni siquiera está aprobado! ¿Me entendés, no es cierto? Tenés treinta días para conseguir tus creativos -si los que tenés en la agencia no sirven-, presentar el guión, lograr nuestra aprobación, filmarlo y ponerlo en el aire. Treinta días, Alberto, ni uno más. ¿Estamos de acuerdo?

-Con treinta días me sobra, Laureano. Te voy a sorprender…

-Eso espero. Te dejo para que te pongas en acción ya mismo. Decime una cosa,… ¿qué es de la vida de Pepe Coli? –preguntó casi casualmente Iribarne antes de cortar.

-¿Coli? No tengo la menor idea. Hace año y medio que no supe más nada de él.

-Bueno, te dejo. -Y cortó.

Y lo dejó, bien preocupado. La mañana acababa de oscurecerse del todo, a pesar de que el día seguía esplendoroso. Buscó la pelota y la acarició mansamente.

Repasó mentalmente toda la conversación que acababa de finalizar. Lo que más le preocupaba, y le había terminado de amargar definitivamente el día, fue cuando Laureano, al referirse a Clara, la había llamado “tu querida directora de medios”.

Capítulo 5

Al día siguiente Pepe continuó con las entrevistas. Si bien en un principio había pedido ver hasta dos personas por día, las urgencias de trabajo requerían que los nuevos equipos se pusieran a trabajar cuanto antes. En consecuencia, cuando llegó a la agencia ya estaba el primer candidato esperando en la recepción y le informaron que los tres restantes habían sido citados para más tarde.

Pepe entró a su oficina y, antes de hacer pasar al joven, tomó una fibra y escribió en la pizarra: “No cuenten plata delante de los pobres”. La frase se la había dicho la noche anterior un amigo, a quien le estaba contando su última aventura sexual. Ya se sabe que los hombres disfrutan más sus conquistas cuando tienen un amigo a quien contarle los detalles. Y muchas mujeres también.

-Mirá– le dijo al primer entrevistado luego de los saludos de rigor. -No tengo mucho tiempo y tu informe es impecable. Pero no tenés experiencia en agencias grandes. Dame una razón, que no esté escrita en este informe que me pasaron, para que yo me convenza de que sos uno de los creativos que estoy buscando. Algo que no haya sido dicho hasta el momento y que no tenga nada que ver con la publicidad.

Pepe sabía que la respuesta no era nada fácil. Seguramente lo había tomado desprevenido y estaba obligándolo a hablar de alguna condición nueva, de algo distinto, y no todos tienen capacidades distintas o habilidades especiales. A lo mejor este pibe pintaba bien para el laburo, pero no tenía nada que lo destacara del resto. De allí el pedido, para ver qué aparecía.

-No tengo mucho tiempo y tu legajo es impecable– comenzó el candidato mirándolo fijamente. -Pero no tenés experiencia en agencias grandes.

Flaco, desgarbado, parecía disfrutar con la situación.

-¿Cómo decís?– le preguntó Pepe sorprendido.

-Dame una razón que no esté escrita en este legajo que me pasaron para que yo me convenza de que sos uno de los creativos que estoy buscando.

-Seguí– lo animó Pepe, que ahora comprendía lo que estaba sucediendo.

-Algo que no haya sido dicho hasta el momento y que no tenga que ver con la publicidad– remató el joven con una sonrisa.

-Tenés una memoria prodigiosa…- le dijo con admiración Pepe.

-Tengo una memoria fotográfica. Desde chico me llaman “Memoria” y durante toda mi vida de estudiante he sido una especie de rara avis. Uno de los entretenimientos de mis compañeros era ponerme a prueba, con cifras, nombres, fechas, lo que fuera. Me ha ayudado bastante a tener buenas notas, pero más que nada soy muy consultado cuando hay dudas acerca de algo que nadie puede recordar.

-Me encanta– anunció Pepe –Estás adentro.

Antes de que traspusiera la puerta Pepe lo llamó:

-Yo te dije informe, no legajo. Pero igual estoy impresionado– le dijo sonriente.

Una vez a solas, tomó su agenda y anotó: “Ariel, Memorex, OK.”

El segundo candidato se llamaba Eduardo Lamarque y provocó en Coli una inmediata sensación de rechazo. Los informes arrojaban datos impecables en cuanto a su nivel de creatividad y una gran cantidad de trabajos exitosos, algunos muy conocidos. Pero lo complicado era el hombrecito en sí. Petiso, gordo, hablaba demasiado. La contextura física, si bien no era agradable, era un detalle irrelevante. Pero su incontinencia verbal era un defecto que podía acarrear problemas en la labor cotidiana. A menos que el gordito estuviera demasiado nervioso y eso lo llevara a hablar sin pausas. Pepe decidió indagar, ya que sus antecedentes eran inmejorables. Un bocho creativo, con resultados comprobados, salvo que se estuviera adjudicando méritos ajenos, cosa poco probable porque todos los datos aportados por los postulantes eran chequeados a fondo.

-Dame un razón para que te tomemos, que no esté en este informe y que no tenga nada que ver con publicidad– le pidió Pepe, rogando que el hombrecito no repitiera una por una sus palabras.

-Estos ataques de verborragia, que me dan cuando estoy muy ansioso por algo, se interrumpen cuando estoy trabajando. Puedo convertirme en un ser silencioso metido en sus asuntos, sin molestar a nadie. Y cuando eso sucede, cuando estoy relajado, soy una máquina de fabricar ideas. Quizás no puedo concretarlas y para eso necesito un buen coequiper que redondee, pero me puedo definir como un generador de conceptos inigualable. No en cantidad, pero sí en calidad. Conmigo siempre habrá una punta a desarrollar– finalizó el evaluado como si fuera un abogado que acababa de argumentar ante un jurado.

-Te pedí que no tuviera nada que ver con la publicidad– insistió impasible Pepe.

-Ehhh,… bueno– dijo el petiso bajando la cabeza, quedándose en silencio.

Pepe disfrutó el silencio. Como el chico comenzaba a resultarle simpático, cambió de ángulo.

-Todos los que se sientan en esa silla hablan de sus virtudes, obviamente. Contame algún defecto tuyo. Pero no algo así como “no me gustan los dibujos animados de Disney”, o “a veces fumo marihuana”. Un defecto en serio. Y no inventes, por favor, porque me voy a dar cuenta.

Después de un prolongado silencio el hombrecito dijo en voz casi inaudible:

-Me gusta jugar. Soy jugador. Dicen que soy jugador compulsivo.

-¿Y a qué jugás?– preguntó Coli sorprendido por la confesión.

-Principalmente a las carreras, pero también me gusta una buena mesa de póquer, o ir al bingo. Y, por supuesto, todos los días a la quiniela.

-¿Vos te das cuenta de que sos un… cómo se dice… un ludópata? ¿Por qué te gusta arriesgar lo que seguramente tanto te cuesta ganar?

-Cuando un cliente lanza un nuevo producto o aprueba una campaña de tres millones de dólares, ¿no está arriesgando también lo que tanto le costó ganar?

-…

-Cuando alguien pone plata como socio en un negocio, ¿no está arriesgando esa plata?- continuó el gordito.

-De acuerdo. Pero convengamos en que no es lo mismo…- reflexionó Pepe, aunque para sus adentros no dejaba de pensar que algo de razón tenía.

-Me quiero curar. Quiero salir de esto, que es un defecto y grave. Mi psicólogo me dijo que hemos avanzado mucho, porque reconocí que estoy enfermo, que soy un adicto al juego.

-Y este supuesto defecto tuyo, ¿cómo se supone que influye en tu trabajo? ¿Te rajaron muchas veces?

-¡Jamás!– contestó firme el petiso–. No permito que mis deudas se conozcan. -Además, por suerte, gano bastante seguido. He llegado a apostar fortunas y ganar. También pierdo, es cierto. Pero en el balance general no me va mal del todo. Igual quiero salir. No me gusta que me pasen algunas cosas…

-¿Cómo por ejemplo?– siguió inquiriendo Pepe.

-Este verano fuimos a Mar del Plata con un amigo, a pasar de unos días de vacaciones. La idea era descansar, mucha playa, todas las minas posibles, y algo de casino, por supuesto. La tarde que llegamos yo le di toda la plata que llevé, para que la depositara junto con la suya en una caja de seguridad del hotel. Teníamos para quince días a todo trapo. A la noche, subiendo las escaleras del casino, Lulo, mi amigo, me dice "Me olvidé de guardar la plata en el hotel. La tengo toda encima". "Nooo! Volvamos a dejarla", le pedí, conociendo de sobra lo que podía llegar a suceder. Lulo me convenció: "Entremos, te prometo que esta mosca no se toca". Ya se imagina el final. Ganamos, perdimos, perdimos, echamos mano de unos pesos para volver a entrar, volvimos a perder y así toda la noche hasta perder todo. A la una de la mañana pasamos por el hotel, recogimos los bolsos, aprovechamos que el vigilador estaba dormido, nos fuimos sin pagar el medio día que habíamos pasado, y nos volvimos en un micro. Cansados, sin un peso y con una amargura bárbara. Y lo peor fue que hasta último momento mirábamos para ver si pasaba algún conocido que nos pudiera prestar unos pesos para volver al casino e intentar torcer la mala racha....

-¿Entonces?, ¿qué hacemos?– preguntó Pepe, divertido. El personaje comenzaba a gustarle, aunque realmente no se daba cuenta del porqué.

-Ustedes me llamaron porque soy un creativo con una particularidad: soy experto en cine. El guión y producción de una película no tienen secretos para mí, pero además pueden preguntarme lo que quieran de la historia del cine. La mayoría de mis campañas están basadas en algún episodio o en alguna escena de un filme. O sea, no debe haber muchos locos por el cine como yo, trabajando en publicidad. Algunos críticos de cine puede ser que sean consultados. Pero no me llegan ni a los talones. Antes de que tome una decisión quiero que sepa algo más: Leopoldo Torre Nilsson, uno de los más grandes y talentosos directores del cine argentino, era un jugador empedernido. Filmaba un éxito y se gastaba toda la guita en la timba. Y volvía a empezar, porque necesitaba hacer otro éxito para poder volver a jugar. Tenía la costumbre de…

-¡Basta, callate un poco!– lo interrumpió en tono de broma Pepe–. Me convenciste. Estás adentro.

Cuando el nuevo creativo se fue, Pepe anotó en la agenda: "Eduardo, Torre Nilsson, OK. Cinéfilo y arriesgado". Le gustaban las personas capaces de asumir riesgos. También agregó una frase en la pizarra, que había recordado durante la entrevista con el burrero: "Caballo que alcanza, ganar quiere".

El tercer citado del día resultó ser lo que Pepe le había anticipado a Albertopé que podía suceder, un candidato impensado. Porque el hecho de que el gallego Giménez estuviera sentado frente a él, dispuesto a cambiar de aires si la oferta de la agencia lo satisfacía, era un golpe de suerte que justificaba largamente la plata invertida

en la publicación de los avisos. Ningún cazador de cabezas hubiera ido tras los servicios de Giménez, simplemente porque el gallego era la cara de la agencia donde trabajaba actualmente. Un intocable. Uno de los creativos más reconocidos de la publicidad argentina. Caro, pero el mejor, diría su eslógan personal. Ya se las arreglaría Pepe con el CEO para que le autorizara la plata. Pero la posibilidad de incorporar al yoyega no se podía desperdiciar. Por un lado, sumarían a un creativo en serio. Por el otro, se lo quitarían a una agencia competidora, una de las más grandes. Casi nada.

Pepe trató de no reflejar el entusiasmo que crecía en su interior, guardó para más adelante las ganas de decirle estás adentro y actuó lo más sereno posible.

-Para mí sería un honor trabajar con vos, gallego– le dijo a manera de introducción, arrancando la entrevista exactamente al revés de lo que pensaba. El entusiasmo lo estaba traicionando.

-El honor sería para mí, Pepe– devolvió la gentileza Giménez.

-Vamos al grano. Hace mucho que nos conocemos y no hace falta hablar de lo que esperamos de un creativo como vos. No solamente sos el mejor redactor de la Argentina sino que además, por si fuera poco, sos el mejor musicalizador del país. Tus comerciales siempre tienen el clima musical exacto. Sos un hijo de puta, naciste con un oído privilegiado.

-Es que mientras escribo escucho música todo el tiempo. Y cuando no escribo también. Apenas me levanto, en el baño, la cocina, el auto, la ofi, siempre música. Todos los géneros. Nunca se sabe cuándo vamos a necesitar una banda que se adapte a un comercial determinado, ¿no?– explicó Giménez.

-Ya lo creo. OK, necesito saber dos cosas solamente. ¿Cuánto querés ganar?, porque aquí dice “a conversar”. Y por qué te querés ir de tu actual agencia, si no es solamente para mejorar económicamente.

-Quiero un sueldo inicial no menor a diez lucas verdes, un auto al que yo sólo le tenga que cargar el combustible, trece sueldos anuales, treinta días de vacaciones, una secretaria exclusiva.

-¿No será poco?– respondió Pepe con sorna, tratando de asimilar las pretensiones que el gallego le había comunicado con total serenidad. -¿Y por qué te querés ir?

-No me quiero ir. Pero ingresar a esta agencia siempre fue la expectativa de cualquier tipo que trabaja en publicidad. Y cuando me enteré de que vos eras la cabeza creativa, no lo dudé- respondió rápido Giménez.

-Gaita, en serio. ¿Por qué te querés ir?– insistió Pepe.

Giménez dudó. Lo habían pescado. Evidentemente Coli era mucho más intuitivo de lo que había imaginado.

-En el laburo está todo bien, en serio. Por eso es que no tuve problemas en tener esta entrevista aquí en esta agencia. Porque incluso si se enteran, no habrá problemas. Me quieren y me respetan. Para cambiar tiene que ser a un lugar adonde uno se sienta bien y pueda seguir creciendo. Pero la verdad es que quiero cambiar muchas cosas de mi vida. Entre ellos el ambiente laboral.

Estoy demasiado cómodo, necesito nuevos desafíos. Y también le quiero demostrar a mi mujer y a su familia que soy capaz de cambiar. Todo el tiempo me están diciendo que mi vida es una rutina.

-Tu mujer… ¿trabaja?

-Es sexóloga, tiene consultorio y colabora en un programa de televisión.

-No me digas que es la doctora Carmen… no me acuerdo cuánto…

-Exactamente. Te completo el panorama, acaba de comenzar su primer libro con consejos sobre sexualidad y sigue sin tener la menor idea de los gustos del hombre con el que está conviviendo, o sea,… yo.

-¡Epa!– dijo Coli ante semejante confesión.

-Pero ése no es el motivo de mi deseo de cambiar. No le quiero echar la culpa a ella, y la cama es sólo uno de mis problemas actuales. Desde hace nueve años que tengo el mismo trabajo, auto de la misma marca, vacaciones en el mismo lugar, libros sobre temas recurrentes. Todo se va repitiendo año tras año. No sé si será por eso, porque a veces la rutina es hermosa, pero ¿querés que te diga una cosa?, no soy feliz, Pepe. Y para seguir prometiéndole a la gente que va a ser más feliz si sigue mis consejos publicitarios, necesito primero estarlo yo.

-Si fuera por eso, la cola de los que quieren cambiar tendría varias cuadras– intentó bromear Pepe. Después de todo,… ¿qué es la felicidad? La felicidad es el camino, gallego. Nunca sabés cuándo la alcanzaste. Digo. Para que el camino te sea un poco más grato, te confirmo que hoy mismo voy a pelearme con Albertopé para que me apruebe tus desmesuradas condiciones. Pero esta pelea me vendrá muy bien, cuando ingresé no le pedí auto, voy a aprovechar. Estás adentro.

Cuando Giménez se retiró, Pepe anotó en su agenda: “Gallego OK. Salto de calidad”.

Pepe comenzó la última entrevista rogando que le fuera bien como en las anteriores. María Antonieta le presentó al candidato, dejando el informe con todos sus antecedentes sobre la mesa. Pepe no lo abrió. Prefiero atacar directamente.

-¿Quién sos?– disparó.

-Un director de arte con mucha experiencia– contestó el hombre sin arredrarse -que las vueltas de la vida han convertido en un experto en comunicación femenina. Un laburo me fue llevando al otro y con el tiempo me fui especializando en publicidad para mujeres. De toda edad. Tengo un estudio y hago frilos para muchas agencias. Cuando alguien quiere llegar a las mujeres, primero yo.

-Y esos frilos…– indagó Pepe refiriéndose a los trabajos free lance que muchos creativos hacen desde afuera de las agencias -¿reconocen tu autoría? Es decir, en el ambiente…. ¿se reconoce que los hiciste vos?

-Los que me ubican pueden llegar a saber que soy yo el que está detrás de un trabajo determinado. Pero la agencia que me lo compra jamás va a reconocer que contrató a alguien externo. Y yo por mi parte siempre intento ser distinto, no encasillarme, precisamente para poder trabajar para todas las marcas– explicó el hombre.

-¿Hacés frilos para esta agencia?- preguntó inocentemente Pepe.

-Nooo– contestó, pero luego de mirar a Coli decidió rectificar. -Si. No demasiados. Casi siempre para los autos, cuando el target son las mujeres.

-¿La campaña de las dos minas que salen de viaje es tuya?– preguntó incrédulo Pepe.

-Síi, una de las mejores que hice en mi vida, porque el concepto lo siguen manteniendo con los años.

-No puedo creerlo– dijo Coli asombrado. -¿Tenés algún defecto, Vittorio Gasman?– preguntó sorpresivamente. -Contame algo que te convierta en un ser humano de carne y hueso y no en el creativo estrella que seguramente describe este informe.

Coli esperaba una respuesta de compromiso. Y no se equivocó.

-Me cuesta mucho trabajar de manera independiente– arrancó el entrevistado. -Si bien está fenómeno no tener que cumplir horarios

ni tener jefes, hay cosas que extraño y mucho. El clima de trabajo en una agencia, las corridas, las jodas, trabajar para varias marcas a la vez. Por otro lado, soy muy despelotado para la parte administrativa y siempre me estoy equivocando. Para mi contador, soy un dolor de huevos permanente. Y a todo esto hay que agregar que el trabajo no es uniforme. De pronto te llaman de todos lados y otras veces pasa un mes que no suena el teléfono. He logrado independizarme pero mi defecto es que no me habitúo.

-Flaco, en serio– dijo Coli mirándolo serio. –Decime si tenés algún defecto, qué sé yo, si te gusta chupar, o llegás siempre tarde, no sé. Algo que me permita conocerte un poco más. Vos sabés que, los supuestos defectos de uno, no lo son tanto para los demás. Por ejemplo, una vez leí que Hipólito Yrigoyen tenía un grave defecto, era zaguanero. Salía con minas y le encantaba apretarlas en los zaguanes de las casas que visitaba, siendo presidente de la República y con el peligro que su actitud acarreaba. Después que leí ese chisme, don Hipólito pasó a ser mi ídolo. ¿Se entiende?

-No creo que Yrigoyen le hubiera confesado a usted esos gustos personales. Pero como él no quería ser creativo publicitario de esta agencia y yo sí, aquí vamos. Tuve un grave defecto, un problema de conducta, que de a poco pude corregir. Creo. Durante años me dediqué a estafar a la gente. Estafas chicas. Por ejemplo, en una oportunidad le fui a pedir prestado el auto a un amigo, aceptó prestármelo pero como el auto estaba en el mecánico, me pidió que lo fuera a retirar y luego lo usara todo lo que quisiera. Me dio el dinero para abonar el service, pero cuando lo retiré le dije al mecánico que mi amigo después pasaría para abonarle. Unas semanas después, cuando el mecánico pasó a cobrar por su negocio, mi ex amigo me quiso matar…Tuve muchos problemas por estas actitudes. En el club de barrio, cada tanto me mandaba una macana. A pesar de eso, no sé bien por qué, igual seguían confiándome cosas. Supongo que a mucha gente le caigo simpático. Además, soy de hacer gauchadas, favores, sin pedir nada a cambio. Alterno buenas con malas, más buenas que malas, porque caso contrario no estaría aquí sentado con los huesos sanos. Una vez en

el club se organizó una rifa. El premio eran cuatro cubiertas nuevas para el auto del ganador, cualquiera fuera su marca y rodado. Convencí a las mujeres de la comisión organizadora –las mujeres son mi target favorito- de que me dieran el dinero para comprar las cubiertas con un importante descuento. El ganador me estuvo esperando durante semanas en la puerta del club, pero nunca más aparecí. Hace poco murió, pobre. En cuanto pude levantar cabeza, le llevé la plata a la viuda y le pedí perdón. La plata la agarró, pero todavía me está puteando. Gracias a Dios hace mucho que no me pasa. Era una especie de cleptómano, pero para que tuviera gracia yo necesitaba engatusar, seducir. Mi analista me dio el alta hace un tiempo, los hermanos evangelistas están haciendo el resto.

-OK, espero que aquí no se te ocurra organizar ninguna rifa. Estás adentro.

Después de que el nuevo ingresado se hubiera retirado con el consabido “Que Dios te bendiga”, Pepe tomó su agenda y anotó: “Vittorio OK. Seductor femenino.”

Capítulo 6

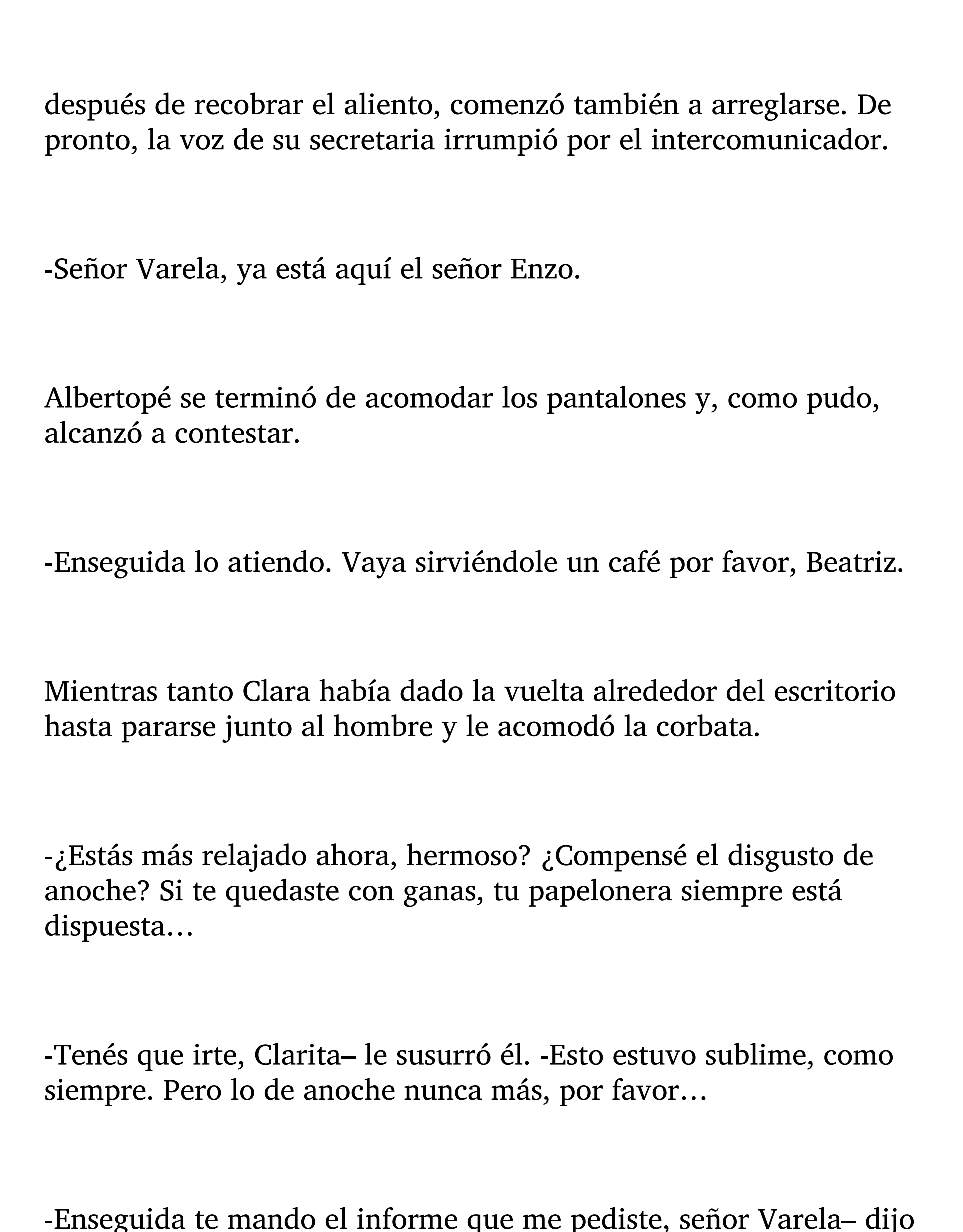
Clara sabía que él no podía resistirse a que se metiera debajo del escritorio. Esa mañana se había vestido bien seductora, con remera escotada, pollera ajustada, zapatos de taco aguja con medias. La palidez de su piel se acentuaba con el color verde, su preferido. Sabía que era hermosa y que los hombres la deseaban. Separada por segunda vez hacía seis meses, su romance con Albertopé iba cada vez mejor. Tenía que levantar puntos, ya que, si bien la noche anterior él no sólo la había respaldado sino que se había sumado a la paliza a Rodríguez, hoy, con los ánimos calmados, era consciente de que su jefe seguramente no estaría para nada conforme con su exabrupto. Además, un poco de mimos en un momento complicado no le vendrían nada mal. Ni a ella ni a él, por supuesto.

Albertopé la había recibido, tal cual se había imaginado, con cara de oficina, como solía llamar a su ceño fruncido. Cara de pocos amigos, mutismo absoluto, mirada esquiva. Apenas contestó con un gruñido a su saludo y siguió enfrascado en unos papeles que simulaba leer.

Por eso la mujer había decidido pasar rápidamente al plan de acción que había decidido esa mañana mientras se duchaba. Sin mediar palabra gateó por debajo del escritorio, se asomó junto a las piernas del CEO y le susurró:

-¿Querés que te bese?

Después de complacerlo con maestría durante unos quince minutos, se deslizó hacia atrás y comenzó a arreglar su ropa y el pelo. Varela,



después de recobrar el aliento, comenzó también a arreglarse. De pronto, la voz de su secretaria irrumpió por el intercomunicador.

-Señor Varela, ya está aquí el señor Enzo.

Albertopé se terminó de acomodar los pantalones y, como pudo, alcanzó a contestar.

-Enseguida lo atiendo. Vaya sirviéndole un café por favor, Beatriz.

Mientras tanto Clara había dado la vuelta alrededor del escritorio hasta pararse junto al hombre y le acomodó la corbata.

-¿Estás más relajado ahora, hermoso? ¿Compensé el disgusto de anoche? Si te quedaste con ganas, tu papelonera siempre está dispuesta…

-Tenés que irte, Clarita– le susurró él. -Esto estuvo sublime, como siempre. Pero lo de anoche nunca más, por favor…

-Enseguida te mando el informe que me pediste, señor Varela– dijo Clara, le dio un último pico y se retiró lentamente. También sabía que sus piernas eran un regalo para los ojos, cuya visión terminaría de reconciliarla con su jefe. Al salir caminando lentamente, se cruzó en la puerta con Enzo, el director administrativo y financiero, el único en toda la agencia que tuteaba a Varela.

Alrededor de sesenta años, canoso, entradas, traje arrugado, Enzo era la antítesis de su patrón, siempre enfundado en elegantes trajes importados de Inglaterra o Italia. En una empresa con ciento diez empleados, era la única persona en la que Varela confiaba ya que, si bien con algunos colaboradores tenía alguna cercanía y con otros compartía chistes, nadie gozaba del trato que le dispensaba a Enzo, ni remotamente. Era su hombre de confianza. Más que eso, con el tiempo se había convertido en su amigo y confidente, con quien compartía secretos que Enzo jamás revelaría a nadie. Incluso su nombre, el que empezaba con P, Enzo lo sabía y era un secreto que se llevaría a la tumba.

-Estamos jodidos, Enzo– le dijo a manera de saludo. -Me llamó Laureano para decirme lo que hace tiempo nos temíamos. Tiene muchas ganas de irse con la cuenta a otro lado y, ahora que estos dos ingratos de mierda se fueron con Rodríguez, tiene argumentos de sobra para pegar el portazo. ¿Te das cuenta? A estos dos pendejos de mierda yo les di la gran oportunidad de sus vidas y mirá cómo me pagan. Cría cuervos y te comerán los ojos… La cagada es que vamos a perder la vaca lechera y no sé cómo haremos para seguir…

-Calmate, Alberto- intentó tranquilizarlo Enzo. –El cementerio está lleno de imprescindibles. Vas a ver que hoy mismo van a comenzar a sonar los teléfonos de un montón de tipos que darían años de vida por venir a trabajar con nosotros. Si no te calmás, no podés pensar. Y si vos no pensás, estamos fritos.

-¿Y quién va a llamar?– respondió Varela. –Los buenos tienen su propia agencia, sin cuentas, pero se sienten dueños. Y los que están trabajando en relación de dependencia no tienen la categoría que necesitamos. El único es el Colo, pero antes de llamarlo me gustaría estar seguro de que sería capaz de venir con nosotros. ¿Pudiste averiguarme algo?

-Me parece que vamos a tener que descartarlo a él también. Tengo un sobrino trabajando en esa agencia y lo estuve sondeando…

-¿Tenés un sobrino trabajando en Cliff Frydman?– preguntó Varela con estupor. Que su brazo derecho tuviera un pariente trabajando en una agencia competidora, en principio no le gustaba nada.

-Sí, hace un año. Pero le aconsejé que no se le ocurra contarle a nadie que es sobrino mío. Cuando comenzó a buscar laburo en las agencias, lo primero que decía, como referencia, es que soy su tío. Chau, no lo llamaban de ningún lado, hasta que un día le dije: si querés entrar a una agencia no me menciones más. estoy casi seguro de que nadie quiere tener a un sobrino mío en su cocina, por un tema de confidencialidad. Santo remedio. Al poco tiempo entró en Frydman. Hacé de cuenta de que tenemos un espía ahí, Alberto.

-¿Y qué te contó del Colo?

-Parece que para sus actuales jefes su ingreso no resultó como ellos esperaban. Vos te acordás de que el Colo era socio y dueño del 16 % de una agencia chica. Bueno. Cuando estos tipos decidieron instalarse en la Argentina lo fueron a buscar, le ofrecieron asociarlo y, para que la agencia chica siguiera funcionando, le ofrecieron pasarle las cuentas que por diferentes razones Frydman no pudiera atender. Y al principio fue así, por ejemplo le pasaron a su agencia una cuenta de aguas que ellos no podían tomar porque ya manejaban una marca de gaseosas. Con el tiempo el arreglo dejó de funcionar, las promesas se olvidaron, la agencia chica cerró y ahora el ex socio del Colo le está haciendo un juicio que no se sabe en qué va a terminar. Mientras tanto el Colo se mudó a Frydman con todo su equipo creativo y montó algo así como una agencia dentro de

otra agencia.

-¿Cómo es eso?– inquirió Albertopé que seguía el relato muy interesado.

-Los principales trabajos se los da a su gente. Los puso en una sala de creatividad separada de los “viejos” de la agencia. No hay casi contacto entre los creativos que estaban y los que desembarcaron con él. Y parece que los pibes son bravos en serio. Más allá de las jodas habituales, están pasados de rosca. O de falopa, no sé. El caso es que, por ejemplo, ninguna mina de la agencia quiere entrar a esa sala.

-¿Pero están haciendo un buen laburo sí o no? Porque todo lo que me estás contando…

-Pará que no terminé- siguió Enzo, que disfrutaba con su relato. -¿Viste el nuevo comercial de gaseosa Umi, con el tipo que llega a una playa en una camioneta llena de bebida fría y destapa botellas cerca de un micrófono para tentar a los bañistas?

-Excelente.

-Bueno, ese lo hizo el Colo por afuera de Frydman. Como Frydman tiene entre sus clientes a gaseosas competidoras, les pidió permiso a sus jefes para hacerlo de manera independiente. Por única vez les dijo. Pero nunca se sabe…

-¿Y por qué Umi le encargó el comercial al Colo, si ellos tienen agencia? ¿Acaso Monster no es su agencia desde hace años?– preguntó Alberto.

-Por esas cosas que tiene esta bendita industria. Antes de contratar al Colo llamaron a Monster y les dijeron que no estaban ni siquiera considerando la posibilidad de sacarles la cuenta, pero que querían darse un gusto: que el magnífico Colo les creara un comercial para este verano. Te imaginás que no les habrá gustado nada, pero qué iban a hacer, no tuvieron más remedio que tragarse el sapo.

-Quiere decir que mejor olvidarnos del Colo. Yo hace rato que lo tengo en carpeta, pero con esto que me estás contando…

-Ni hablar– coincidió Enzo. -¿Y si buscamos en Brasil?

-No sé. Me parece que Laureano tiene una idea fija metida en la cabeza y ya sabemos cómo es cuando eso sucede. ¿Sabés algo de Pepe?

-¿Qué Pepe?– preguntó Enzo tomado de sorpresa.

-¡Pepe Biondi!- contestó fastidiado Varela -¿Qué Pepe va a ser? ¡Coli! Hoy justo antes de cortar Iribarne me preguntó por él. Le dije la verdad, que no tengo la menor idea de qué es de su vida. Hace meses que te pedí que me lo ubiques, por las dudas. ¿Te acordaste de averiguar dónde está?

-Si, me acordé– dijo Enzo circunspecto –pero parecería que se lo tragó la tierra.

Capítulo 7

María Antonieta tuvo que hacer llevar algunas sillas más a la sala cuyo letrero en la puerta anunciaba: “Coli, DGC”. Pepe le había pedido que ella también asistiera a esa primera reunión con los flamantes seis creativos. Mientras esperaban el comienzo, todos aprovecharon para leer las frases célebres de la pizarra blanca e imaginaron algunas que podrían agregarse. Coli firmó un par de papeles y comenzó a hablar.

-Santiago, un marketinero que a partir de hoy llamaré “El Infiltrado”. Ariel, un tipo con una capacidad especial, una memoria fabulosa que lo convierte en un ave rara y a quién a partir de ahora conoceremos como “Memorex”. Claudia, una talentosa mujer golpeada que seguramente nos traerá mucha suerte y a quién llamaré, por ese mismo motivo, “La Cábala”. Fermín, un aprendiz de estafador, seductor de mujeres, que a partir de este momento pasa a llamarse Vittorio.

Sin previo aviso Coli había arremetido con las presentaciones, mirando a cada uno de los creativos a medida que los nombraba. Algunos lo observaban divertidos, otros atónitos y el resto con preocupación creciente…

-Eduardo, un ludópata redimido que pasa gran parte de su vida con su culo en la butaca de los cines, lo que le ha permitido convertirse en un experto en la materia. A partir de hoy es Torre Nilsson, como el director de cine– siguió Pepe. -Y por último Darío, un loco por la música, lo que le ha permitido convertirse también en un experto. Continúa con el apodo con el que todo el ambiente lo conoce: “El gallego”, un tipo que no es feliz– dijo Pepe terminando con las presentaciones. Y continuó:

-A Dios, es decir, a don Alberto P. Varela, se los describí a todos ustedes exactamente igual. El aceptó que ingresen a la agencia, a pesar de que piensa –y me lo dijo- que estoy de la cabeza. Espero que la formidable actuación en esta benemérita agencia de estos equipos que estoy formando lo hagan cambiar de idea.

Ahora paso a informarles la conformación de las duplas creativas.

-¿Puedo interrumpir un momento?– preguntó Antonieta y Pepe se la vio venir… -¿Cuál es el sentido de que hayas informado al grupo que Claudia es una mujer golpeada y que Giménez no es feliz? Sinceramente, me parece innecesario. Además, yo tampoco soy feliz en este momento y quizás le suceda lo mismo a varios de los presentes…

-A pesar de que Claudia se fue a vivir sola– replicó Pepe –el ex, que se llama Eduardo Monachino, seguramente la va a querer volver a ver. La va a buscar y es probable que un día se aparezca por esta agencia. Y por más que venga con cara de angelito, vamos a estar en presencia de un lobo con piel de cordero. Si todos estamos atentos es mejor. Ahora, si la involucrada está molesta por mi comentario…

-Para nada– respondió rápido Claudia, “La Cábala”. -Solamente quisiera hacerte una pregunta, Coli. ¿Cuál es el significado de la frase “Poné cara de nueve”?

Automáticamente el ambiente se distendió. Todos fijaron su vista en la pizarra blanca.

-Hace unos años mi equipo, Quilmes, incorporó a un centrodelantero que venía precedido de una enorme fama de goleador, Dante Fernández, proveniente de Unión de Santa Fe. La noche que debutó en cancha de Racing donde Talleres de Remedios de Escalada hizo de local, no la agarró ni con un medio mundo. Para colmo el partido se perdió uno a cero contra un rival supuestamente inferior. Promediando el segundo tiempo estábamos todos a las puteadas. De pronto un hincha, con gran picardía, me dijo refiriéndose a Fernández: “Ya que no la toca, por lo menos podría poner cara de nueve”. Me pareció genial. A veces en la vida, cuando se intentó todo, por lo menos habría que poner la actitud, las ganas, la cara de lo que se está esperando de nosotros– explicó Pepe a su incrédula audiencia.

-Una pregunta más antes de que sigas– pidió el ludópata redimido. -Pero antes te digo: me gusta que me llames Torre Nilsson… porque, a pesar de que se escolaceaba todo lo que ganaba en cada película, no dejaba de ser un genio.

- ¿La pregunta?

-Ya me explicaron que para incorporar una frase a la pizarra tiene que contar con tu aprobación. ¿Puedo agregar ésta? Me parece un logro: “Si mis ojos fueran alfileres, pobre el culo de las mujeres”. La escuché hoy.

-Nooo– respondió Coli en medio de las risotadas generales. -Esto es una pizarra de creativos, no la culata de un camión.

-¿Por qué Vittorio?– preguntó Fermín, el aprendiz de estafador.

-En honor a Vittorio Gassman en la película “Il Sorpaso”. Creo que la traducción del título es “El farsante” y, cuando me contaste tus travesuras, me acordé del gran Gassman, un actorazo– justificó Coli.

-¿Todavía existe el Memorex?– preguntó Ariel, el memorioso.

-Creo que no– respondió Coli, –qué buena marca… Bueno, gente, si no hay más preguntas por el momento, paso a informarles la conformación de las duplas. El Infiltrado con Memorex, La Cábala con Vittorio, y Torre Nilsson con el Gallego. No es una elección antojadiza, los junté porque tengo pensado darle determinadas cuentas a cada dupla. Si con el correr de los días vemos que algún equipo no funciona, podemos rever y, si lo consideramos necesario, intercambiar figuritas. Pero por ahora me gustaría que traten de acomodarse el uno al otro, de que haya buena química, porque la personalidad de cada uno de ustedes seguramente se va a ver enriquecida con el aporte de su compañero. Éstos son los briefs de las tres primeras campañas que debemos crear y con urgencia. A partir de este momento la puerta de esta oficina está abierta para cualquiera de ustedes que necesite hablar conmigo de estas campañas y en las próximas horas yo mismo los voy a llamar para profundizar lo que estamos buscando. Por ahora quiero que comiencen a estudiar todo lo relativo a los distintos productos y que luego se pongan rápidamente a trabajar en las estrategias creativas. Cuando estén suficientemente preparados vienen y deciden conmigo el concepto que vamos a comunicar en cada caso. A partir de hoy, el Infiltrado y Memorex van a pensar, respirar y soñar las 24 horas con el vino Resero. La Cábala y Vittorio con Criollitas. Y para Torre Nilsson y el Gallego reservé By Deep. Es todo por el momento gente. A trabajar que tenemos poco tiempo…- finalizó Pepe.

-¿Puedo hacer una modificación en la pizarra?– preguntó Claudia antes de retirarse.

-Por ser la única mujer de las nuevas duplas, voy a hacer una excepción y te dejo hacer lo que quieras, sin aprobación previa– autorizó Pepe mientras le ofrecía una fibra.

-No, gracias– dijo la Cábala, –no voy a escribir nada.

Se acercó a la pizarra, tomó un borrador y borró la frase “Hasta la victoria siempre (El Che)”.

Después miró a Coli con gesto cómplice y se retiró junto a sus intrigados compañeros.

Capítulo 8

-¿Cómo puede ser que alguien desaparezca sin dejar rastros? Yo entiendo que cuando cazó la plata que se llevó de aquí se haya ido de viaje a la Cochinchina. Pero ya pasó un año entero. Me parece demasiado tiempo para un viaje, salvo que se haya quedado a vivir– reflexionó Alberto Varela, ante la atenta mirada de Enzo, su brazo derecho. -Está bien que con nosotros tiene firmado el compromiso de no trabajar en publicidad durante dos años y todavía le falta uno. Pero de ahí a que no aparezca por ningún lado, que no asista a ninguna fiesta del ambiente y que nadie sepa nada de él, es otra cosa. ¡Tiene que haber alguna manera de ubicarlo Enzo! ¿Qué te pasa?

-Lo busqué por cielo y tierra, pero nada, Alberto. Ya hablé con parientes, amigos, allegados, enemigos, ex compañeros de trabajo, con un montón de gente. Nadie supo decirme dónde carajo se metió. ¿Sabés qué pienso? Por algún motivo que desconocemos no quiere que se sepa dónde está.

-Pero tiene que salir, ir a ver un partido, trabajar en algo, qué sé yo, vivir una vida normal. ¿O no?– continuó Varela.

-Mirá, lo único que no hice fue buscarlo en la tribuna de Quilmes, pero se podría intentar. Suena medio loco eso de tratar de ubicar a alguien en una cancha de fútbol, pero... en una de ésas…

-Olvidate, Enzo– desechó Varela. –Vamos a hacer otra cosa, y no pienses que me volví loco, pero tenemos que encontrarlo sí o sí. Nosotros no sabemos cómo ubicar a alguien, no estamos para esos

menesteres. Contratá a un investigador privado, si es posible con antecedentes en encontrar gente. Algo así como un experto en gente que busca gente, como el programa de televisión. Tratá de que no salga muy caro, pero que lo encuentre lo más rápido posible. Estos investigadores tienen experiencia en estas cuestiones y seguramente lo va a encontrar antes de lo que nos imaginamos.

-Señor Varela– anunció su secretaria por el intercomunicador, -Clara acaba de traer un informe que usted le pidió y me dijo que se lo entregara enseguida. ¿Lo necesita ahora?

-Sí por favor, Beatriz. Pase.

La secretaria procedió a ingresar en el despacho con un sobre conteniendo el informe sobre la facturación mensual de medios. Tomó nota mental de que el jefe la había llamado Beatriz. Cuando estaba nervioso o disgustado con ella, la llamaba por su nombre completo, María Beatriz. Y cuando estaba de humor excelente ella pasaba a ser simplemente Betty. De manera que el malhumor con el que su jefe la había saludado esa mañana iba desapareciendo paulatinamente… Evidentemente el factor Clara había obrado milagros.

Enzo aprovechó la interrupción para irse, con las instrucciones de localizar un investigador privado. “Lo único que me faltaba… tener que contratar a un detective…”, pensó con fastidio.

“Amorcito, te amo”, leyó Varela en el papelito abrochado en el frente del informe. Lo miró una y otra vez, como hipnotizado, sin poder creer del todo en lo que estaba leyendo. ¿Cómo Clara podía ser tan pelotuda?, pensó, a medida que su furia retornaba con renovadas energías. Esto confirmaba sus sospechas de que la mujer

se estaba volviendo loca… ¿Cómo se le había ocurrido poner esa notita dentro de un sobre abierto? Porque el informe que le trajo Beatriz estaba dentro de un gran sobre marrón… abierto. Con la solapa metida dentro de la boca del sobre, pero sin que estuviera pegada. La puta que la parió… ¿Habría abierto el sobre su secretaria antes de traérselo? Nunca lo sabría. ¿Podían las mujeres ser tan pelotudas? Podían.

Intentó calmarse. No creía que Beatriz hubiera abierto el sobre. ¿Para qué? ¿Qué podía interesarle a ella un informe proveniente del departamento de medios? Decidió tranquilizarse.

Mientras tanto Beatriz estaba sentada afuera de su oficina, intentando continuar con su trabajo. La nota que había leído, abrochada al informe, la había dejado atónita. Y muy intranquila.

Capítulo 9

Pepe Coli jamás dejó de viajar en subte. A medida que su situación económica iba mejorando, la tentación de viajar todos los días en auto hasta su oficina también aumentaba. Pero él prefirió siempre seguir viajando en subte, por dos razones: la primera, y fundamental es que consideraba al subte el medio de transporte más rápido y barato, y la otra es que no quería perder contacto con la gente, ver cómo se vestían, cómo hablaban, sus códigos, sus temas de conversación, es decir, datos imprescindibles para poder comunicarse con los diferentes públicos. “Un grave problema de los creativos de esta agencia es que hace como cinco años que no toman un colectivo o no van a un supermercado”, le dijo en una oportunidad una de las creativas más talentosas con las que había trabajado. Y tenía razón.

Todos los días, mientras observaba a los pasajeros, tenía la costumbre de leer los diarios de ojito, a través de sus titulares. La lectura más profunda la reservaba para su oficina. Esa mañana de mayo de 1989 todos los grandes titulares estaban dedicados al ganador de las elecciones presidenciales. “Si gana Menem con sus zapatos blancos y esas ridículas patillas, me voy del país”, le había confesado la semana pasada un amigo. Pepe se preguntó si cumpliría. Difícil. Después de todo no era tan sencillo irse y lo mejor sería aguardar las futuras acciones del flamante presidente.

Al llegar a su despacho, ya estaba aguardándolo el equipo de Resero. Los hizo pasar y pidió café para todos.

-¿Te enteraste de que Martín Sorrell compra el Ogilvy Group en 865.000.000 de dólares?– le preguntó el Infiltrado a Coli antes de entrar en tema. Y parece que el hombre va por más. Ya tiene a

Walter Thompson, ahora al grupo Ogilvy y dicen que continuará comprándose todo. En Thompson dicen que van a seguir funcionando de manera independiente. Serán algo así como dos bolsillos del mismo saco. Incluso compitiendo entre sí. ¿Qué opinás?– le preguntó el Infiltrado a Coli.

-¿No querrá comprarnos también a nosotros?– respondió, –nos salvaríamos todos…

-Sobre todo Albertopé– dijo Memorex en voz baja.

-¿Qué me trajeron?– quiso saber Pepe pasando al tema que más le interesaba.

-En primer lugar, un estado de situación de Resero y las demás marcas– arrancó Santiago, el marketinero. -Tenemos entre manos una de las marcas más antiguas de vinos. Cumplió más de cincuenta años y fue el primer vino blanco de la Argentina. Tiene un 12 % de participación en el consumo total, en un mercado en el que participan más de mil bodegas. ¿Se dan cuenta? Impresionante lo que ese doce por ciento significa. Los otros jugadores son Giol, Crespi, Casa de Troya y Termidor. Este último es el líder del mercado total de vinos.

-Hay una asociación entre este vino y la provincia de San Juan– continuó Memorex. El eslogan que surge casi como una obviedad sería “El vino que hizo famoso San Juan”.

-Las investigaciones lo ubican como un vino popular, se consume todos los días y tiene una alta rotación en las góndolas. A un vino

hay que reponerlo cada siete días, caso contrario no le sirve a los supermercadistas. Rotación, rotación, rotación, es la obsesión de ellos. Y otra cosa que arrojan nuestros estudios: el público cambia de marca como de ropa interior. Casi no existe la fidelidad. Sin embargo, Resero es uno de los que más fidelidad de marca puede demostrar.

-¿Y cuál es exactamente el público que consume vino de mesa? Me lo imagino pero…- quiso saber Coli.

-El target es mucho más amplio del que cabe imaginar. Puede ser definido con justeza en lo que a su nivel socioeconómico se refiere, pero todo entra en una nebulosa cuando estudiamos las edades y el nivel educativo– informó Santiago. –Mirá, Pepe, más allá de toda esta información, con Memo estamos convencidos de que la estrategia de comunicación debe buscar el reposicionamiento de la marca, destacando claramente el liderazgo de Resero en su segmento. La marca, a pesar de ciertos indicadores positivos, pensamos que está en crisis y necesita una acción de alto impacto.

-Resumiendo– dijo Pepe, –ustedes sugieren llegar a los niveles más populares de consumo, con algo espectacular.

-¡Exacto!– aprobó entusiasmado Memo– y en esa dirección es que se nos ocurrió hacer algo parecido a una campaña de vía pública muy comentada que tuve ocasión de ver en uno de mis viajes a Estados Unidos. Ellos hicieron solamente gigantografías, pero nosotros podríamos adaptar la idea a través de otros medios, como televisión, radio, gráfica, lo que sea necesario. Recuerdo que un día transitaba por la carretera que une Washington con New York y en uno de los paradores me encontré con un tremendo cartel que decía algo así como: “Mi número es 212-294-6666. Y bebo Johnnie Walker.” Al lado de la leyenda una mina en pelotas, de espaldas a la

cámara, o sea, espaldas divinas, cola infartante. Cuando recordé el cartel, llamé hace unos días a la agencia. Me informaron que las figuras no eran siempre de la mujer, sino que alternaron con fotos de un hombre. Tuvieron miles de llamados al número que aparecía en la publicidad y según el sexo de los que llamaban, era la respuesta de una grabación. Por ejemplo: “Hola, soy Jennifer, apuesto a que tenemos un montón de cosas en común. A mí el whisky me gusta on the rocks.” Me confirmaron que las ventas se dispararon inmediatamente.

Ambos creativos miraron expectantes a Coli, aguardando su reacción. El DGC se tomó su tiempo, para luego ponerse de pie y comenzar a caminar hacia un lado y otro de la sala.

-Estamos sin duda ante una campaña excepcional, pero me parece que no es para nosotros– arrancó con cautela Coli. Son productos diferentes, targets diferentes, países diferentes. El golpe de efecto estaría logrado, pero… ¿obligar a la gente a llamar a un número telefónico? ¿Llamar para averiguar por qué alguien toma vino común? Permítanme que tenga mis dudas. Si queremos llegar al pueblo, tenemos que ser populares. Y si tomamos en cuenta ese doce por ciento de participación que todavía tiene la marca, el concepto a transmitir tiene que ser… liderazgo. Y si lo que vamos a transmitir es liderazgo, yo incluso no hablaría del vino, transmitiría emoción. Convocaría a una cantidad de famosos para impactar, a través de ellos, a nuestro público objetivo. El pueblo, así a secas. ¿Por qué no hablan con Miguel Loubet y estudian con él la manera de recrear la banda que compuso hace unos años? Estaba buena. Y no dejen de tener en cuenta que el país está comenzando a vivir políticamente una situación muy especial. Más allá de lo que cada uno piense de los que ganaron las elecciones, yo noto un envión anímico que tenemos que aprovechar.

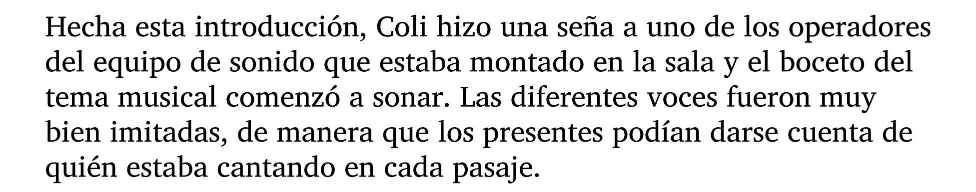
Sigan trabajando, pero sentados en la tribuna popular, no en la platea…

Un mes después, Pepe Coli presentaba el guión de un nuevo comercial a la cúpula de la bodega. La sala de reuniones de la agencia presentaba una nutrida concurrencia. Por parte del cliente había asistido el presidente de la bodega junto al director comercial y al responsable de publicidad, que aún no estaba confirmado en su puesto y esperaba ilusionado que la nueva campaña fuera exitosa para lograr la jefatura.

En cuanto a la agencia, Albertopé encabezaba personalmente al completo equipo asistente que conformaban responsables de las distintas áreas, como creatividad, cuentas, medios y producción audiovisual.

Pepe Coli tomó la palabra y comenzó a presentar la idea del nuevo comercial. Por fin los bodegueros podían ver en acción al nuevo director general creativo de la agencia, que tantos elogios despertaba en el ambiente. Pepe estaba como pez en el agua, disfrutando el momento mientras llevaba adelante su exposición, varias veces ensayada con los suyos. No solamente estaba convencido de que el Infiltrado y Memorex habían finalmente redondeado una gran idea, sino que había practicado esa presentación para poder ofrecerla sin fisuras y con los argumentos bien aprendidos.

-Éste es un comercial que no tiene story– arrancó Coli –porque para que ustedes se lo puedan imaginar lo mejor es que escuchen esta banda que pertenece a Miguel Loubet, con letra reescrita por el poeta Armando Tejada Gómez. Esta banda es el guión de la película. Una vez aprobada, vamos a acordar quién va a cantar cada parte y qué dúos podrían armarse. Hagan de cuenta que van a escuchar a Juan Carlos Baglietto, Domingo Cura, Eduardo Falú, Silvina Garré, Roberto Goyeneche, Alejandro Lerner, Sixto Palavecino, Teresa Parodi, Ariel Ramírez y Cacho Tirao.


Hecha esta introducción, Coli hizo una seña a uno de los operadores del equipo de sonido que estaba montado en la sala y el boceto del tema musical comenzó a sonar. Las diferentes voces fueron muy bien imitadas, de manera que los presentes podían darse cuenta de quién estaba cantando en cada pasaje.

“Hay que cantar de nuevo al vino, / besar las manos de la labranza y los oficios,

pero esta vez todos unidos.

Es el coral de las tareas, / en el que afinan junto a la gente, / las herramientas

y el rumor verde de la siembra.

Paz en las vides y al cultivo, el amor nace todos los días, / en cada niño

y el sol del pan al mediodía.

Hay que cantar de nuevo al vino, / besar las manos de la labranza y los oficios, pero esta vez, todos unidos.”

Coli dejó pasar unos segundos antes de decir:

-Como habrán podido escuchar, se ha respetado el estilo musical de cada uno sin que se pierda el equilibrio musical de la banda. Estos artistas van a aparecer todos juntos en un gran living dominado por un piano. Será una especie de reunión de grandes amigos, que se juntan para charlar, cantar y tomar vino, por supuesto. Será un comercial sin viajes, ni exteriores, ni técnicas costosas.

-¿Y el aviso terminado cuánto va a durar en total?- preguntó el presidente de la bodega.

-Un minuto y medio, quizás un poco más. Un minuto cuarenta y cinco, a lo sumo. Una vez lanzado se lo puede reducir a un minuto. De todas maneras, estamos planificando una pauta tranquila, para evitar la saturación, ya que como tendrá un impacto muy fuerte no será necesario que aparezca demasiado seguido. Vamos a escucharlo nuevamente, por favor– pidió el creativo.

La segunda pasada fue seguida con gestos de aprobación por todos los integrantes de la bodega. Cuando terminó, el presidente tomó nuevamente la palabra.

-Creo que estamos en presencia de una pieza que hará historia, sin ninguna duda. Pero hablando de dudas, me pregunto cuál será el costo estimado de producción… ¿De cuánto estamos hablando, de un millón de dólares?- preguntó y un murmullo se apoderó de la sala.

-Estamos hablando de una cifra infinitamente inferior a ésa– respondió Albertopé tomando la palabra por primera vez.

-OK, estamos de acuerdo entonces. Hagámosla– aprobó el presidente en medio de la alegría general.

-¿Ya pensaron en el director?– preguntó el director comercial de la bodega. Leí por ahí que Puenzo ya terminó con la película “Gringo Viejo”, está de regreso en el país y con intenciones de filmar un comercial cada seis meses.

Por indicación de Coli, Torre Nilsson fue el encargado de responderle.

-Hay muchos directores en los que hemos estado pensando, pero Puenzo no es uno de ellos. Parece que fue víctima de un episodio confuso y desprolijo con los responsables del estudio que lo contrató para “Gringo Viejo” y dicen que los yanquis le impusieron un editor que tomó su versión final y le sacó como media hora. Creemos que no es el mejor momento anímico y profesional como para encargarle esta película, toda emoción. Nos gustaría hacerla con Juan Carlos Desanzo, que también es una garantía.

-¿Y la locución final?– preguntó el responsable de publicidad. A mí siempre me gustó mucho Leopoldo Costa, pero justo acaba de fallecer…

-Todavía no podemos creer lo de Paco Costa, lo vamos a extrañar. Pero en este caso nos gustaría cerrar con alguien que no sea el locutor tradicional. Estamos pensando en reincorporar a Víctor Hugo Morales, como en el comercial anterior– dijo el Gallego, que también había tenido una activa participación en la elección de los músicos y cantantes.

El comercial “Coral de las tareas” del vino Resero Blanco Sanjuanino se estrenó la noche del 9 de julio simultáneamente en los cinco canales de Capital, más algunos del interior del país. Esa mañana de fecha patria, un aviso en los diarios anunciaba la actuación exclusiva de todos los artistas intervinientes.

Después de las 21, en el cierre del aviso, un Víctor Hugo muy convincente decía mirando a cámara: “Únicamente todo un pueblo podía crear este canto y este vino”.

Con una frecuencia mucho menor a la habitual, la publicidad estuvo en el aire unos treinta días.

Coli y su nuevo equipo habían arrancado con el pie derecho.

Capítulo 10

La satisfacción por el deber cumplido dura poco en publicidad. Es algo parecido a lo que sucede con el fútbol, donde las alegrías y las tristezas duran apenas una semana. Hasta la fecha próxima. O hasta el próximo desafío de una nueva campaña.

-La escena del asesinato en la ducha de la película Psicosis– comentó Pepe al día siguiente de la presentación al cliente de "Coral de las Tareas", –siempre se dijo que provocó reacciones muy diferentes en las mujeres y en los hombres. Cuando la protagonista es atacada a cuchillazos mientras se está duchando, las mujeres sienten terror. En cambio encuestas posteriores arrojaron resultados sorprendentes: para muchos hombres, la escena de una mujer desnuda en una ducha, aunque fuera asesinada con un cuchillo, no dejaba de tener contenido erótico. Los hombres no solamente miraban las puñaladas, también querían ver el cuerpo desnudo de Janet Leigh. Y eso que en 1960 era poco y nada lo que la película mostraba…

-Coincido– dijo Torre Nilsson cómodamente apoltronado en un silloncito de la sala del DGC–, por eso es que en las películas de acción las actrices siempre están vestidas, a propósito, con ropas inadecuadas para el lugar donde transcurren las escenas. Cuántas veces hemos visto que los protagonistas son perseguidos en medio de la selva, o escalando montañas, y las chicas siempre están vestidas con remeritas escotadas y polleras que les permiten mostrar las piernas. El espectador al mismo tiempo que sufre porque los van a atrapar, no deja de echar una miradita a las piernas de la chica…

-Por eso es que tenemos que elegir cuidadosamente qué aspectos de la sexualidad mandar al frente para lograr efecto erótico. El

erotismo no siempre pasa por los desnudos. Uno en la playa mira los cuerpos casi desnudos y la mayoría de las veces, no te conmueven. Vas a cenar a la noche y de pronto a una chica se le levanta la pollera al cruzar la calle, y los ojos se te salen de las órbitas tratando de verle algo…- agregó Coli.

El Gallego, el otro integrante de la dupla que estaba reunida con Pepe, escuchaba atentamente pero permanecía en silencio. Pensaba en qué cosas lo habían erotizado alguna vez.

-¿Saben qué?– decidió intervenir el Gallego, –vamos a tener que lidiar con el hecho irrefutable de que, lo que es erótico para algunos, no lo es tanto, o nada, para otros. Carmen, mi mujer, es sexóloga y me lo dijo varias veces. Tengo un amigo, Daniel, a quien una de las partes de la anatomía femenina que más lo erotizan son los sobacos. Le encanta besarlos y meter sus narices en la concavidad. Y bueno, cada loco con su tema– continuó ante la mirada divertida de los otros. -A mí personalmente me gustan mucho dos cosas de las mujeres, además de las que todos sabemos. Los pies, sí, los pies. Y la lengua. Cuando una chica se pasa la lengua por los labios, mientras estamos conversando, no querría saber lo que pienso en ese momento…

-¡Muy bueno! Eso es lo que necesitamos. Si queremos lograr empatía con los chicos de 15 a 25 capaces de comprar By Deep, y está resuelto a hacerlo a través de un comercial erótico, tenemos que encontrar alguna situación, determinados gestos, que produzcan ese efecto en la gran mayoría, si no es posible en todos– redondeó Pepe. -Necesitamos una investigación que nos provea un ranking de las cinco cosas que más erotizan a los jóvenes. Saber con qué se ratonean.

-Los jóvenes no sé– le dijo el Gallego, –pero yo te puedo contar algo

que me pasó ayer por la noche y que no puedo sacármelo del bocho. Una escena de sexo explícito de aquellas… ¡otra que contenido erótico! Una cojida en serio…

-Yo sabía que esta reunión en algún momento se iba a poner interesante- dijo Pepe entusiasmado. -¿Qué viste?

-Anoche, cuando terminó la presentación de Resero, saludé y me volví a mi escritorio para seguir trabajando en esta campaña de los jeans y poner por escrito un par de conceptos que se me ocurrieron mientras hablabas. Terminé como a las nueve de la noche, ya no quedaba nadie en toda la agencia. Por eso, en lugar de atravesar todo el piso para ir al baño de hombres, me metí en el de las mujeres, que me queda mucho más cerca. Abrí la puerta y en ese momento me di cuenta de que alguien más se había quedado trabajando hasta tarde. Impresionante.

-¡Dale!, ¿qué viste?– apremió Eduardo.

-Una mina de cara al espejo con sus manos apoyadas en uno de los lavabos, mejor dicho, con los brazos apoyados sobre el lavabo. Estaba agachada hacia delante y con la pollera a la altura de la cintura. La bombacha enrollada en uno de sus pies, las gambas generosamente abiertas…

-No te perdiste detalle, macho…- dijo Pepe con una sonrisa.

-Es que a medida que recuerdo la escena, se me van apareciendo nuevos (risas). Se las hago corta. Pérez, el ascensorista, se la estaba metiendo por atrás a una de nuestras compañeras de trabajo.

Cuando abrí la puerta interrumpieron el jadeo y me miraron espantados. Otro detalle: lo estaban haciendo con las luces prendidas… total,… ya no quedaban mujeres en la agencia…

-¿La conocemos?– preguntaron a coro los dos hombres.

-Por supuesto. Pero es un secreto que me voy a llevar a la tumba. Cerré la puerta y me fui. Esta mañana me encaró Pérez muy preocupado pero lo tranquilicé. Algunos hombres tenemos códigos y le aseguré que nadie de la empresa se enterará. Sobre todo por el honor de la dama en cuestión…

-No te hagás el pelotudo y decinos quién es- apuró Pepe –Ésta es una reunión creativa y para poder decidir si incluimos esta anécdota en la película necesitamos saber quién es la protagonista, para elegir una similar en el casting– agregó con intención.

-No te va a gustar…- le anticipó el gallego a Pepe, mirándolo fijamente.

-¿Por? ¿Quién es?- preguntó Coli, fingiendo tranquilidad.

-María Antonieta– dijo el Gallego.

-¡No te puedo creer!– dijo Pepe, ruborizándose, mientras intentaba ocultar el impacto que acababa de recibir. ¿Con Pérez? Bueno, convengamos en que el tipo tiene su pinta…

-Si. Además tengo entendido que también se la mueve, o se la movió, a Beatriz.

-¡Nooo! está jugando con fuego…- dijo Pepe que no podía salir de su asombro. Su deseada María Antonieta, divina como nunca a su edad, su pelo rubio de muñeca… ofreciendo su espalda al ascensorista. Lo de la secretaria de Albertopé le importaba un bledo… cada cual era dueño de sus expansiones… pero María Antonieta, la mujer de sus sueños en un momento determinado… sintió una profunda decepción. Estaba lastimosamente celoso, aunque no quisiera reconocerlo.

-Pasado este agradable instante de chisme amatorio, ¿podemos volver al comercial?– lo salvó Torre Nilsson. -Con el Gallego te trajimos un guión que creo que te va a entusiasmar… Y si lo aprobás, nos ahorramos la plata de la investigación de mercado. Una mina está tirada en la cama en bombacha y corpiño, tratando de refrescarse con un gran ventilador que está a su lado…

………………………………………………………………………………………………

-Cuando esta mañana lo oí a Pergolini hablando por la radio de la paja de la Mancini, pensé que estábamos en presencia de un comercial marginal comentado por otro marginal– dijo el director de la cuenta de By Deep entrando intempestivamente y sin golpear previamente en la sala del DGC. Pero cuando me di cuenta de que estaba comentando una solicitada publicada en los diarios donde se invita a By Deep a levantar ese comercial pornográfico recomendado por vos, tomé conciencia de que estamos ante un gravísimo problema de incalculables consecuencias– se desahogó el hombre apoyando un diario en la mesa del sorprendido Coli.

Marcelo Seguí era el enlace entre la agencia y el cliente, tarea que desarrollaba con la colaboración de un par de ejecutivos de cuenta. Nunca estuvo de acuerdo con la propuesta creativa presentada por Coli y su equipo a By Deep, un cliente de mediana importancia en cuanto a su facturación, pero con gran exposición pública, por tratarse de un producto masivo. Es más, en uno de sus encuentros habituales con los responsables de la empresa anunciante Seguí había manifestado sus grandes dudas con respecto a la conveniencia de seguir adelante con ese proyecto obsceno, según su parecer. Estas dudas planteadas por alguien del riñón de la agencia fueron trasladadas por el cliente a Coli, que no tuvo más remedio que tranquilizarlos asegurándoles que las escenas más jugadas serían dejadas de lado en el momento de la edición.

Y así habían hecho. Pero a pesar del cuidado que había tenido todo el equipo de producción para que la copia definitiva pudiera mostrarse por televisión sin problemas, éstos no tardaron en aparecer. De movida nomás, los canales 7 y 9 se negaron a emitirlo. Y apenas apareció el aviso tanto la agencia como el cliente habían recibido por escrito una invitación de la Comisión Intersocietaria de Autorregulación para suspender voluntariamente la emisión de la película dentro de las 48 horas. El comité de crisis de la agencia –Pepe y sus tres duplas creativas- recomendaron a los socios de By Deep continuar con la pauta prevista y no responder a la Comisión. Total, la campaña estaba pensada para unos pocos días de televisión.

Pero, sorpresivamente, esa mañana otra entidad empresaria, la Cámara Argentina de Anunciantes, había publicado una “Carta Abierta a los directivos de By Deep” señalando que, “agotadas las instancias para que By Deep considere suspender la difusión del comercial de televisión denominado ‘Sueño erótico’, en su calidad de colegas los exhortaban a reflexionar acerca de su accionar.” La carta terminaba recomendando que los anunciantes deben asegurarse de que los mensajes publicitarios no lesionen de forma

alguna a los receptores, sean una mayoría o una minoría. ¡Qué cagadal, había pensado Pepe más temprano, al leer la solicitada. Y lo peor de todo era tener que soportar al pesado de Seguí.

Pepe tomó el diario que éste había dejado sobre la mesa, se levantó y lo tiró por la ventana. Al caer desde un 9º piso las hojas no tardaron en desperdigarse por el aire.

-Es tu día de suerte, Seguí. La próxima vez que irrumpas de esta manera en mi oficina vas a seguir el camino de ese diario. Pero tenés suerte, te repito, hoy estoy de buen humor. Te recomiendo que te vayas inmediatamente al carajo, antes de que se me pase…- le espetó, acercándosele peligrosamente.

Rojo de ira, como dirían las novelas, el hombre no se hizo rogar. Apenas se fue, Pepe tomó su diario de una mesita y se encaminó lentamente al despacho del presidente y dueño de la agencia.

Albertopé lo recibió inmediatamente. Seguramente alguien se habría ocupado de informarle acerca de la crisis que había estallado. Coli permaneció de pie a pesar del ofrecimiento de su jefe para que tomara asiento.

-Estoy preocupado, Alberto– arrancó.

-¿Qué pasa Colito?– le preguntó con absoluta tranquilidad Varela.

“¿Colito?”, pensó extrañado Pepe. “Y yo que esperaba encontrarlo

hecho una furia…”.

-Es por esta solicitada. Nunca pensé que a Carou se le iba a salir la cadena de esta manera– se lamentó Pepe haciendo mención al presidente de la Cámara Argentina de Anunciantes. ¿Para qué hace tanto quilombo? Si hace exactamente un mes que se terminó la pauta…

-¿Cuántos días duró?– quiso saber el CEO.

-Diez días. Fue una campaña corta, el cliente no quiso poner más guita. Pero parece que fue muy vista.

-¿Me contás cómo es exactamente el aviso? En dos palabras nomás, no tengo ganas de ir a la sala de proyección.

-Raquel Mancini acostada en una cama grande, soñando. Le pusimos una remerita ajustada y una bombachita blanca. Da vueltas en la cama, enrollándose en las sábanas, mientras por corte aparecen cada tanto escenas donde se abraza con un tipo, ambos con el torso desnudo. Música acorde, sensual. Susurros de respiración agitada y deseo incontenible. De pronto se sienta en la cama. Ahí aprovechamos para filmarle bien esa cola que tiene. Bueno, se sienta en la cama frente a un ventilador grande, que está ubicado a su altura. Intenta refrescarse pero es inútil. Toma el jean que está a los pies de la cama y comienza a frotárselo entre las piernas. Aumentan los grititos hasta que finalmente cae extenuada y relajada. En la escena final se está pegando una ducha con los jeans puestos, mientras un locutor dice “By Deep, calce profundo”.

-¡Es muy bueno, Pepe, por eso tuvo tanta repercusión!– tranquilizó Albertopé. -Lo que habría que decirle a Arturo y todos los miembros de la comisión es que, en realidad, By Deep no erotiza. Somos los hombres y mujeres los que nos erotizamos. Lo que nosotros mostramos en este comercial es algo que las mujeres sienten a menudo, una calentura extrema por un tipo. Se ratonean y quizás terminan con un orgasmo. ¿Dónde está la ofensa al pudor? Estamos mostrando la vida, tal como es. Lo que pasa es que seguramente deben haber asociado a este aviso con el de Patricia Sarán para Jordache, en el ascensor, que a mucha gente no le gustó.

-No sabés cómo me tranquilizás, Alberto. Porque con tanto ruido a veces termino yo dudando de mis convicciones. Después de todo By Deep vende pantalones y las chicas que se sienten bien mujeres, los compran para mostrar sus colas. Es así de sencillo.

-Lo que no va a ser tan sencillo es cómo sale bien parado By Deep de este embrollo. Los voy a llamar a los muchachos para recomendarles que le respondan a la Cámara de Anunciantes con una carta. Respetuosa pero firme, donde diga que si alguien entiende que se han vulnerado derechos de terceros, están dispuestos a defenderse y dar fundamentación de sus actos ante la justicia. ¿Qué opinás?

-Me parece brillante, Alberto. Te dejo, pero antes de irme te digo algo más: la solicitada de la Cámara tendríamos que pagarla nosotros. Ahora va a haber más interesados que nunca en ver el comercial. Ojalá que publiquen una todos los días…- dijo Pepe con sorna mientras abandonaba el despacho.

-Antes de que te vayas yo también tengo algo más para contarte, Pepe. Hace un rato me llamaron amigos de ATC y canal 9. Nos piden por favor que volvamos a enviarles la orden de publicidad

que nos rechazaron,… jejeje. Que reconsideraron el tema y ahora aceptan pasarlo. Parece que los que se perdieron la paja de la Mancini están ansiosos por verla. Si la gente sigue llamándolos y By Deep no quiere continuar la pauta, van a tener que pasarlo gratis para cumplir con sus televidentes, jejeje. ¿Estás más tranquilo? Me alegro. Y yo que pensé que venías a verme por el affaire de tu coordinadora con el ascensorista…

Capítulo 11

-¿Me querés decir cómo mierda se enteró Albertopé de lo de María Antonieta?- le preguntó más tarde Pepe a un desprevenido Gallego, que no necesitó mucho para darse cuenta de que el DGC estaba furioso.

-No tengo la menor idea, Pepe– respondió azorado. Te podrás imaginar que de mi boca no salió. Además, yo no tengo contacto con ese hombre, ni siquiera me lo crucé alguna vez en el ascensor o por los pasillos… No sé, no tengo idea. Tampoco creo que haya sido a través de Torr… Ya sé: radio pasillo dice que Pérez tiene algo que ver con la secretaria de Albertopé. A lo mejor el ascensorista le confesó lo sucedido a Beatriz y ya todos sabemos que ella es ojos y oídos de su jefe… Fue y se lo contó a Varela.

-Puede ser– asintió Pepe. -Pero entonces lo que Albertopé no sabe es que su secretaria también está enredada con Pérez. Cuando ayer me largó lo de María Antonieta, estuve a punto de decírselo para borrarle la sonrisa de satisfacción que tenía. Pero no quise embarrar más la cancha. ¿Llegó el resto?-, le preguntó por el intercomunicador a su secretaria

-Ya están todos aquí señor Coli- respondió Lidia.

Santiago, Memo, la Cábala y Vittorio se sentaron alrededor de la mesa, junto al Gallego. Torre Nilsson, como de costumbre, prefirió el silloncito. Coli se sentía más cómodo manteniéndose de pie. Arrancó rápidamente.

-Ayer estuve con cuentas y medios en Bagley. Le pedí a Memorex que me acompañara con la excusa de que él trabajó alguna vez con una cuenta de galletitas. En realidad, cada vez que voy a Bagley y me toca hablar con el gerente de línea de producto, no le entiendo casi nada de lo que me dice. Y como era nuestro último encuentro antes de que le tengamos que presentar el próximo guión, quería estar bien seguro de lo que este hombre pretende. Por favor, Memo, hasta dónde te acuerdes, resumí en castellano básico todo lo que nos explicó Samuel con su terminología incomprensible, al menos para mí. Segmentos etarios, nuevos escenarios, sinergia de marcas, contaminación visual, imagen versus posicionamiento, apalancar, qué se yo, ¿para qué la complica tanto?

-Coincido con vos en que es difícil seguirlo a Samuel- coincidió Memorex, que estaba en su salsa– pero esta mañana, y con el aporte de Santiago, pudimos clarificar lo siguiente. Dijo que Criollitas es líder absoluto de su segmento, con un 25 % de participación. Es un producto genérico, es decir, los consumidores en lugar de decir galletitas de agua, dicen Criollitas. Nadie puede con esta marca, de manera que no tiene un competidor directo. La decisión de compra pasa casi exclusivamente por la mujer. Prácticamente en un ciento por ciento las compradoras son mujeres en el sentido más amplio: todas las edades, todos los perfiles.

-¿Seguro que Express o Desayuno no son competencia?– preguntó la Cábala extrañada.

-Ellos aseguran que esas galletitas tienen otro sabor y otro posicionamiento- confirmó Memo. -Bagley tiene algo muy en claro: hay que mantener la estrategia de estos últimos años, comunicando que el producto sigue siendo el mismo hasta en su fórmula. Criollitas no sólo puede sustituir al pan, es el pan. Es el paradigma de las galletitas de agua, es decir, el ejemplo de lo qué es una

galletita de agua. Para que quede claro: si una maestra les pide a sus alumnos que den un ejemplo de jugador de fútbol conocido en todo el mundo, seguramente la respuesta será Pelé. Bien, si pide un ejemplo de galletitas de agua, le responderán Criollitas. Hay que continuar casi veinte años de estrategia, mensaje y eslogan. O sea que se mantiene "En las cosas simples está el verdadero sabor de la vida. Así pensamos los que hacemos Criollitas". La nueva pieza debe girar en torno a una situación cotidiana, involucrando a la mujer. Este año quieren seguir dirigiéndose a las mujeres, pero de manera inteligente: quieren que las tratemos como consumidoras inteligentes. Han comprobado que las mujeres están cansadas de que la publicidad las manipule-, finalizó el memorioso mirando a Coli.

-Mirá que era sencillo…- dijo éste sonriendo –qué costumbre tienen los economistas y los marketineros de complicar todo con su propio lenguaje. En fin, a trabajar. Creo que todo está muy clarito. Necesito propuestas creativas con urgencia, la mejor va al cliente. Es una linda oportunidad para lucirse, porque todo está permitido. Pero sobre todo vamos a tomar muy en cuenta la opinión de Claudia, quien será la gran representante del género femenino en las próximas evaluaciones.

-¿Como mujer o como mujer inteligente?– preguntó la chica burlonamente.

-Como mujer, niña y amiga,… argentina y latinoamericana– bromeó Pepe. -Listo, chicos. A trabajar. Vos quedate, Claudia, por favor.

Una vez a solas, Pepe y la mujer tomaron un segundo café.

- ¿Estuviste con Albertopé? – le preguntó Pepe.

- Sí, ayer por la tarde. Siguiendo tus instrucciones le pedí una reunión para solicitarle un préstamo. Me preguntó los motivos y le dije la verdad: que tengo que pagar un depósito y alquiler por anticipado del departamento que señé para mudarme con mi nene, con Facu, la historia que conocés. Me dijo que la agencia no está en condiciones de otorgármelo, que hay muchos pedidos similares, blablablá. Pero me ofreció una solución.

-Él te va a prestar la plata– intentó adivinar Coli.

-¡Sí! ¿Cómo sabías? Dice que me la va a prestar a devolver cuando pueda, sin intereses…

-Es su manera de conseguir lealtades, desde hace años– le informó Pepe. -Pero está bien, no te la va a reclamar. Y lo principal es que te vas a poder mudar. ¿Supiste algo de tu ex?

-Nada, gracias a Dios. Pero vivo con esa sensación de sentirme observada todo el tiempo.

-Cuidate, por favor. Aprovecho para preguntarte algo, Claudia, si decidieras volver a salir con alguien,… ¿cómo debería ser esa persona? ¿Qué tiene que tener un hombre para que aceptes salir con él?

-¿Me estás seduciendo?– preguntó Claudia, divertida.

-Sí. Digo, no– bromeó también Pepe. -Pero en serio, dame tu orden de prioridades y después te explico por qué te lo pregunto.

-A ver,… tendría que tener sentido del humor, ser dulce, romántico y saber escuchar. Y si es posible que sea lindo. No pretendo un Mel Gibson, pero sí alguien más o menos potable.

-¿Te gusta Mel Gibson? Me parece un poco chico para vos…

-¿Chico? Acaba de cumplir 33, y yo tengo 33… Está perfecto…

-Error– corrigió Pepe siguiendo la broma–, para que la pareja funcione, la mujer tiene que tener la mitad de los años del hombre, más 7. En el caso tuyo, te tenés que fijar en hombres de 50 años. La mitad es 25, si le sumás 7 estamos en 32, tu edad.

-¡Ésa es una teoría retrógrada y machista!– retrucó Claudia fingiendo enojo–. A ver,… vos,… ¿cuántos años tenés?

-43…

-Sos un poco viejo para mí– reflexionó Claudia. -Pero no te descartaría completamente…

-Bueno, menos mal… Volviendo a tus prioridades– retomó Coli. –Me confirmaste algo que siempre pensé. A la mujer lo que más le gusta del hombre es que sea divertido. Salí afuera, preguntale a las

chicas de la agencia y vas a comprobar que todas esperan que su chico tenga sentido del humor. Después viene todo lo demás: que sea romántico, buena persona, trabajador, limpito, lo que se te ocurra. Pero a la cabeza, todas buscan estar con tipos divertidos. Estoy convencido de que el comercial de Criollitas tiene que tener a un Mel Gibson protagonizando una historia divertida. Por eso te pedí que te quedaras. Nadie como vos va a saber elegir al tipo que cumpla con estos requisitos para el aviso.

-Perfecto. Coincido con vos y te digo más: toda mi vida pensé que nadie le compra nada a un aburrido– dijo Claudia convencida.

-Si un tipo no es capaz de hacer reír a una mujer, no sirve como creativo de una marca dirigida a las mujeres– completó Pepe. -Trabajá algunos guiones con los demás y cuando tengan listas un par de alternativas me vienen a ver. Sobre todo peloteá el tema con Vittorio, tiene clarísimo cómo llegar a las minas… Intentá que compre la idea de meter un galán querible y divertido en el aviso.

-El problema principal va a ser contar una historia que les guste a distintas mujeres y de todas las edades. Pero lo intentaremos buscando gustos comunes a todas. Como por ejemplo los tipos de 43, que nos gustan a todas…- dijo la Cábala y se fue.

Quince días después el director Marcelo Epstein quiso asegurarse de que no le faltara material para la edición final. El comienzo de la filmación había sido maravilloso. El hermoso San Bernardo blanco con orejas marrones no sólo se había apoyado mimoso en el brazo derecho de Roberto Antier, sino que, además, cuando el actor le mostró una zapatilla mordida, el perro se dio vuelta fastidiado y emitió un quejido… Evidentemente, el golpe de suerte que siempre hay que tener en toda filmación, ya que el entrenador del animal nada le había indicado al respecto.

-Hacé un esfuerzo por entender- arrancó Antier. -No puede ser que estés celoso porque Andrea se venga a vivir acá con nosotros. Vos sos mi amigo. Ella es una mujer. Lo único… que a las mujeres nos les gustan las zapatillas mordidas. En ese preciso momento el maravilloso perro había girado su cabeza, como sintiéndose mal por lo sucedido. -Además el departamento no es grande y habrá que hacer un poquito más de orden. Yo creo que con un poquito de buena voluntad… ¡Má sí!- remató el actor el monólogo escrito por la Cábala, abandonando su intento de convencer al perro.

En esas primeras tomas habían quedado colmadas todas las expectativas de la productora. Roberto Antier, el protagonista, hijo de la actriz Violeta Antier, cuya voz fue tomada por sonido directo, había justificado ampliamente el criterio de contratar a un actor y no a un modelo. El Gallego había insistido en ese sentido, porque el papel protagónico tenía sus exigencias.

Cuando Epstein y su gente terminaron de acomodar todo y ultimar los detalles para las retomas, tropezaron con un inconveniente insalvable. El perro, surgido de un verdadero casting de perros, no quiso saber más nada. Al primer intento de volver a filmar, gruñó y se retiró hacia un costado. “Basta por hoy”, pareció decir con su gesto. El actor intentó convencerlo, acariciándolo. El tarascón que le tiró el animal lo hizo desistir rápidamente…

De todas maneras, las primeras tomas a través de una cámara fija aseguraban un gran producto final, como finalmente quedó confirmado en la edición. Pepe estaba muy conforme con la idea del aviso, fundamentalmente porque no aparecía ninguna mujer, a pesar de lo cual las mujeres consultadas en los testeos previos se sentían absolutamente partícipes de la historia. El comercial había quedado redondito: todo estaba presente, sin aparecer en cámara. La mujer, el producto, la situación misma, sin necesidad de tener

que ser explicada demasiado. Además, la presencia de un perro siempre aseguraba una atención adicional por parte de las consumidoras potenciales.

-Te felicito Claudia, por el guión pero también por la elección de Antier- le dijo con satisfacción Coli a la Cábala. La mujer estaba rebosante de alegría. Sabía que estaban en presencia de un gran aviso.

-Gracias, jefe- contestó. -Después de todo, la idea de trabajar alrededor de un lindo, fue tuya. Lo único que no tiene 43,... apenas 26 años.

-Lo que no fue óbice para que estuvieras caliente como un perra durante toda la filmación– disparó Pepe.

-¡Sos un animal!– saltó Claudia, –creo que el San Bernardo es más delicado que vos...

-¡Pepe! ¿Sabés quién se mató esta mañana?– interrumpió el Infiltrado, llegando desde la calle. -Pérez, el ascensorista. Lo atropelló un camión cuando venía para la agencia en su moto... -agregó, sin esperar respuesta.

Capítulo 12

-¿Así que María Antonieta enviudó?- lo gastó Albertopé al recibirlo esa tarde en su despacho. -Pobre muchacho, ¿no? Los tipos que andan en moto no se quieren convencer… Piensan que a ellos no le va a pasar nunca nada– agregó con gesto compungido, aunque Pepe sospechaba que la tragedia le importaba un comino.

Dudó si contestarle algo con respecto a su coordinadora y el desagradable comentario pero prefirió esperar en silencio a que el CEO le comunicara el motivo por el cual lo había mandado a llamar.

-Hace un rato me llamó el presidente de nuestro cliente estrella, Colito ("¡Y dale con Colito!"), para invitarme a cenar a su casa, esta noche. El alemán me pidió disculpas por invitarme con tan poco tiempo, pero me explicó que necesita hablar sí o sí conmigo esta noche, por algunos temas de publicidad que no pueden esperar. Que vaya solo o acompañado por quien yo designe. Y en este momento te estoy designando a vos, Pepe, y te pido encarecidamente que me acompañes. Suspendé lo que sea, pero te necesito a mi lado. Es la primera vez, desde que está en el país, que Gunther nos invita a su casa y no podemos menos que sentirnos halagados.

-OK, Alberto, contá conmigo– respondió Pepe sin mucho entusiasmo. La cita amorosa previa arreglada para esa noche tendría que postergarla. Y no era una cita de las fáciles, precisamente. -¿Querés que lleve algo, algún informe? No sé, ¿no te anticipó nada acerca de qué quiere hablar con nosotros?

-Nada. Se limitó a invitarme sin dar oportunidad a que me negara y punto. No lleves nada. Te paso a buscar con el auto a las 8 por tu casa y de allí partimos.

Cuando Pepe abandonó el despacho, se detuvo en el escritorio de la secretaria de Varela. Ella también tenía un espacio privado, al cual se accedía a través de una puerta desde el pasillo principal de la agencia. Aprovechando la soledad del lugar, se acercó para hablarle. Beatriz era diminuta toda ella. Su estatura, sus manitos, hasta sus anteojos, que enmarcaban unos ojitos vivaces. Siempre inquieta, siempre aparentemente nerviosa, Pepe pensó que era "fea en grado heroico", como alguna vez definió Oscar Wilde a una actriz. Rió para sus adentros mientras se dirigió al escritorio de la pequeña secretaria.

-Beatriz, yo conozco un secreto suyo que voy a llevarme a la tumba. Un secreto que usted no quisiera que nadie conozca y mucho menos Albertopé – le dijo en voz baja, con tono misterioso.

-¿Podría ser un poco más explícito, señor Coli?– le preguntó la mujer sin trasuntar ninguna emoción.

-Preferiría no ser tan explícito, Beatriz. Basta que le diga que yo sé que en esta agencia desde ayer, hay dos viudas. Mi coordinadora y otra más…- disparó Pepe suavemente. Su actitud no era para nada amenazante, más bien de complicidad.

-¿Y cómo puedo hacer para que ese secreto tan suyo no trascienda?– preguntó la pobre mujer, ahora blanca como un papel.

-Muy sencillo. Usted me dice cuál es el nombre de su jefe que empieza con la letra P y asunto terminado– le informó Pepe, con tono cada vez más amigable.

-¿Eso es todo? Pero ahora tendría que llevarse dos secretos a la tumba, en lugar de uno…- reflexionó Beatriz recobrando la compostura de a poco.

-Por supuesto– la tranquilizó Pepe, sin creer todavía que estaba por conocer el nombre jamás revelado…

-Policarpo– informó la mujer, bajando aún más la voz– Policarpo. Y no es su segundo nombre, es el primero.

-¿Policarpo?– repitió con cierta extrañeza Pepe– Había un cura en el colegio Euskal Echea de Llavallol al que le decíamos Padre Policarpo. Pero siempre pensé que era su apellido…

-Entonces lo mío…- dijo la secretaria.

-Nunca ocurrió, Betty– le aseguró Coli, y se fue lo más campante.

A las 8 en punto de la noche Albertopé pasó con su lujoso auto con chofer por el edificio donde vivía Pepe, sobre la Avda. del Libertador. El DGC lo estaba esperando en la puerta, sabedor de la puntualidad obsesiva de su jefe. Mientras el auto avanzaba serenamente, los dos hombres permanecieron en silencio, cada uno sumido en sus cavilaciones. Aunque la invitación era un halago, no

dejaba de ser desacostumbrada. ¿Qué querría el alemán? Porque en el mundo de la publicidad por lo general los clientes llaman cuando algo está mal, cuando algo no salió cómo esperaban. Muy raras veces para felicitar. Y, francamente, que este alto ejecutivo internacional, que hacía poco había recalado en la Argentina, los invitara a cenar era, por lo menos, raro. Varela disfrutaba de antemano con esa ocasión única de acercamiento con un hombre difícil. Pepe, era más cauto. Su mayor temor era que el hombre de negocios planteara un problema concreto y les pidiera una rápida opinión, una salida creativa. Y si bien él vivía apagando incendios y teniendo que tomar decisiones urgentes y muchas veces con resultado incierto, prefería tomarse un tiempo antes de hacer una recomendación. Y sospechaba, intuía, que a lo mejor esa noche no iba a tener más remedio que dar su opinión sobre algún asunto complicado. Albertopé disfrutaba el momento, Pepe tenía sus reservas. Además, no se sentía cómodo en esas reuniones, donde había que festejar chistes malos, comer platos desacostumbrados y acostarse tarde.

-Hace dos meses que llegué a la Aryentina y la publicidad que estoy viendo no me parece relevante– atacó brutalmente el dueño de casa. Los invitados apenas habían tenido tiempo de ambientarse, tomar una copa de exquisito champagne y pegar un vistazo a la imponente residencia, cuando ya los habían invitado cordialmente a ocupar sus asientos en una mesa elegante. Dos o tres personas tenían a su cargo el servicio, el primer plato fue servido inmediatamente y, antes de que pudieran sentirse cómodos, la cena había comenzado. Mejor dicho, el alemán había comenzado a hablar, sentado en la cabecera de una mesa larga, que estaba ocupada por cinco personas en total.

Esa había sido la primera de las sorpresas que aguardaba a los dos hombres de la agencia. El presidente de la empresa no estaba con su esposa, los recibió en compañía de dos miembros de su staff, el gerente de marketing y el director de fabricación, nada menos. Gunther, en la cabecera, Albertopé a su derecha, Coli a su izquierda, los dos colaboradores a continuación, enfrentados entre

sí.

-Éste es el cuarto país donde me han designado. Como ya saben, estuve en Italia, España, Brasil y ahora Aryentina– continuó el alemán, ante la atenta mirada de los otros cuatro, que no se atrevían a interrumpirlo y mucho menos a comer. -Cada vez que llego a un país, hago dos cosas: echo al gerente de compras y cambio de agencia– siguió en su español rudimentario pero perfectamente inteligible. Parecía un chiste, pero no lo era.

Pepe lo miró de reojo a Albertopé. Su cara había adquirido un color ceniza que asustaba. ¿Le estaría por dar un ataque? Sin embargo, sus ojos no reflejaban temor. Tenía la mirada de un general acostumbrado a las batallas, seguramente ya estaría pensando un buen contragolpe. Pero el comienzo de la perorata de Gunther no podía haber sido peor. ¿Estarían por perder la principal cuenta de la agencia?

-Pero en esta oportunidad he decidido no cambiar de agencia, sino incorporar otras dos. Ustedes, don Alberto, continuarán trabajando para nuestras marcas secundarias, que son muchas, de manera que no se verán perjudicados económicamente. La marca principal se la hemos adjudicado a la agencia Ogilvy y las comunicaciones institucionales quedan a cargo del estudio de prensa… ¿Cómo es que se llama?- consultó el presidente a su hombre de marketing.

-La Gesta… Asesores en Comunicación– contestó éste prestamente.

-Bien– prosiguió el alemán. Todo esto lo hemos hecho en el más absoluto secreto y, por supuesto, sin llamar a ninguna clase de licitación. Nos limitamos a observar los trabajos producidos hasta el momento por estos dos proveedores y los seleccionamos en base a

los mismos.

Y por primera vez en la noche se aprestó a escuchar los comentarios de sus invitados. Simplemente los miró alternativamente, aguardando el efecto que sus explosivas palabras pudieran haber causado en los representantes de la agencia que, hasta ese momento y durante los últimos veinte años, había tenido a su cargo el manejo integral de las comunicaciones publicitarias de su empresa.

Coli respiró hondo, como aconsejan los expertos en estrés, y aguardó, no sin cierta curiosidad, la reacción de su jefe. Decidió mantenerse lo más sereno posible, y disfrutar como espectador privilegiado lo que sucedería a continuación. Seguramente, su CEO trataría de argumentar, pelearía por lo suyo hasta las últimas consecuencias, se enojaría, luego aflojaría, para finalmente intentar lograr una postergación a las infaustas noticias recibidas. Pero nada de ello ocurrió.

-No puedo creer que me haya invitado a comer para decirme que me recortó la cuenta– arrancó indignado Varela. -Qué mal gusto… Vamos Coli, no tenemos nada más que hacer aquí.

Dicho esto, los dos hombres se levantaron y se dirigieron, sin saludar, a la puerta de salida. Cuando estaba a punto de trasponer la puerta, acompañado por un mayordomo, Albertopé lo pensó mejor y volvió sobre sus pasos. Atravesó nuevamente la sala de recepción y se acercó a la puerta del enorme comedor, donde los tres hombres permanecían sentados en sus lugares, en silencio. El CEO y dueño de la agencia Alberto P. Varela Publicidad se dirigió con determinación al dueño de casa.

-Escúcheme bien, Gunther. Y pongo por testigos a sus adláteres–

dijo Varela refiriéndose a los dos ejecutivos presentes. -Le pido que por favor escuche atentamente lo que voy a decirle, porque no quisiera que el día de mañana mis palabras sean tergiversadas.

Una vez captada totalmente la atención de los tres hombres, Varela remató:

-Váyase a la reputísima madre que lo parió.

Obviamente esa escena final fue la despedida definitiva del principal cliente de la agencia. El 40 % de la facturación total se había esfumado como por encanto. Al otro día todos se pusieron a trabajar inmediatamente para tratar de tapar el agujero. Era imprescindible reemplazar a esa cuenta por otra y, si era de la competencia, mejor. La calentura le iba a durar muchos meses a Albertopé.

En cambio Pepe estaba sereno, simplemente porque creía haber salido indemne de la situación. Después de todo, él no era el responsable de la creatividad desarrollada por la agencia para ese cliente, sencillamente porque había ingresado hacía poco.

-Si yo hubiera estado en esa cena, Alberto no se iba de esa manera. Yo no se lo habría permitido…- le escupió en la cara Seguí, el flamante director general de cuentas de la agencia, entrando una vez más sin golpear a su oficina. -Y aunque más no sea todavía conservaríamos las marcas secundarias.

Y se fue. Ahora era Pepe a quien la calentura le iba a durar muchos meses.

Capítulo 13

Sin embargo, días después el sabor amargo disminuyó un poco. Mientras leía el diario en el subte, al dar vuelta la página, Pepe tropezó con un aviso de página entera que gratificó su alma de publicitario. “Carrefour tiene los huevos por el piso”, leyó. Y luego el copy: “La docena, 499 australes. También en Productos Frescos tenemos el precio más bajo. El precio más bajo del mercado. ¿Por qué no compra todo en Carrefour? Lea estos precios y decida. ¿O acaso le gusta que le rompan el presupuesto?”. A continuación aparecía un largo listado con productos como leche cultivada, yogurt, hamburguesas, salchichas.

Pepe no aguantó el deseo de llamar en ese mismo momento al creativo de ese aviso, se bajó en la primera estación, buscó el teléfono público con menos ruido alrededor, y discó. Cuando le pasaron la llamada, saludó a su colega con genuino afecto.

-¡Sos un hijo de puta! Qué buen aviso… La idea de hablar del precio más bajo a través de los huevos es de primera. Pero el recurso de decir que tienen los huevos por el piso, es genial. Sos un hijo de puta…

-Gracias, Pepe– respondió Ernesto desde el otro lado– ¿Dónde estás? Se oye mucho ruido…

-En el subte. Me bajé para llamarte, porque tenía miedo de que te fueras enseguida de tu oficina. ¿Ya te llegó la carta documento de Carou? Porque no te vas a salvar, a nosotros hace poco nos volvió locos por el aviso de la Mancini.

-Todavía no, pero la estoy esperando. Ya publicaron un par en los diarios de lectores enojados por el aviso anterior, el de Polvorita empujando un changuito repleto de productos. Ese recurso, el de usar un enano para hablar del precio más bajo, me gustó casi más que éste de los huevos. Pero hay gente que se sintió mal al verlo publicado. Como si Polvorita no hubiera trabajado ya en un montón de películas y programas de televisión. Después de todo, él consigue trabajo por su físico, igual que cualquier mina con buen lomo– analizó el creativo.

-Es cierto, Ernesto. Pero te llamé no sólo para felicitarte sino para que tomaras nota de un argumento fundamental. Cuando el cliente te convoque para preguntarte si no se les está yendo la mano, hacele notar que hoy, en el mismo diario, hay un aviso de página entera de Jumbo, que pasa absolutamente desapercibido.

-Disculpame un segundo, Pepe. -lo interrumpió Ernesto-. Perdoname, justo lo enganché a Neustadt comentándolo en la radio. Dijo que el aviso tenía que ver con el hartazgo de la gente… Qué quilombo se está armando…

-Te contaba lo de Jumbo… Bueno, te dejo. Ahora entiendo por qué nos ganaste el pitch. Te felicito, de corazón…- se despidió Pepe, mientras oía que un tren se acercaba a la estación.

Al llegar a su oficina lo primero que hizo fue tomar un fibrón y escribir en la pizarra “Para mí es importante correr riesgos todavía” (Paul McCartney). La frase aparecía en el diario de esa mañana en un reportaje realizado al ídolo y Pepe la asoció inmediatamente con la campaña de Carrefour.

Lo segundo fue pedirle a Lidia, por el intercomunicador, que convocara a los seis creativos de su team, más María Antonieta. “My office, now”, le indicó a su secretaria, imitando a las series de televisión.

Como de costumbre, cada uno ocupó su lugar favorito en la sala. Y como de costumbre, Pepe permaneció de pie, caminando o apoyándose cada tanto en una especie de saliente ubicada debajo de su ventanal.

-Los convoqué porque anoche entró una orden de trabajo para un nuevo comercial de By Deep. Nos va a venir muy bien a todos, para distraernos un poco del último trago amargo de la agencia. No va a compensar la baja en la facturación, porque el cliente no hace grandes inversiones en medios, pero todos saben que trabajar para jeans siempre nos permite lucirnos y hacer un poco de ruido. Esta vez nos piden algo más liviano que “Sueño Erótico”. Entiéndase bien, más liviano, no menos creativo…

-Ese comercial dejó una imagen complicada– aportó María Antonieta, que había tomado notas en la reunión con el cliente. -Contrariamente a lo que todos suponíamos, los post testeos no señalan problemas por el hecho de que haya sido un spot de tono subido. Al contrario. El ruido lo provoca el hecho de que la mujer era demasiado autosuficiente, no sé si me entienden…

-Sí, claro. Que no le hacía falta un hombre en persona para satisfacerse… Pero más allá de cualquier interpretación, ¡qué buena oportunidad para lucirnos!– comentó el Gallego–. Estoy podrido de los tipos que llaman para darnos el pésame… Algunos hasta nos dan por muertos… Este nuevo comercial será la oportunidad justa para hacer algo piola, que borre cualquier duda. Les vamos a demostrar que el Gran Cliente Alemán se equivocó al cambiarnos por otra

agencia. Ésta es la agencia hot del mercado y el nuevo comercial de By Deep no va a dejar dudas en ese sentido…

-Me vas a hacer llorar– bromeó la Cábala.

-¡Tiene razón!– coincidió Pepe con el Gallego–. Quiero que me traigan las ideas más atractivas e innovadoras que sean capaces de imaginar. Quiero que pensemos un comercial con inspiración, excitante, algo movilizador, la tentación en un par de pantalones…

-Como siempre decimos, que forme parte del espectáculo que la gente está mirando– intervino el Infiltrado. –A propósito: ayer recibí un informe acerca de las dos cadenas estatales inglesas, la BBC1 y 2. Están pensando en incorporar publicidad, para poder solventar gastos y ofrecer mejores espectáculos. Una encuesta entre 5.000 televidentes arrojó resultados sorprendentes. La gente dijo que quiere que se incluyan comerciales en estas dos cadenas, como está ocurriendo con los dos canales privados.

-¡Vamos a crear un comercial para que esa gente quiera venir a la Argentina nada más que para verlo! – bromeó Pepe entusiasmado.

-Esta película es para que la filme Néstor Lescovich– dijo Torre Nilsson unos días más tarde. -Estoy tan seguro como que esta noche me van a cantar seguido segunda docena…

-Mirá– retrucó Pepe-, lo de Néstor puede ser. Pero lo de la segunda docena… ¡pará con eso! ¿Todavía seguís creyendo que te vas a salvar con el juego? La única media docena que te van a cantar es la de los huevos por el piso del casino…

-El fin de semana pasado me gané el costo de la reparación del auto–, adujo el ludópata no redimido.

-¿Y si perdías? Come on… Dejate de embromar. Vamos a ver, ustedes están pensando en un chico que juega una situación con una estatua que cobra vida. Bien, el pibe es un bohemio medio tímido, trabajando en un loft, rodeado de sus cosas. Me gusta. ¿Qué más?

-Cuando el gordo me contó la idea que estaba rondando en su cabeza– intervino Memo–, me acordé inmediatamente de uno de los cuentos de la película Historias de New York, esa que filmó Scorsese. El personaje del comercial sería un pintor que está trabajando en un enorme mural, pintando una figura femenina. Está rodeado de sus cosas, entre ellas una estatua. El tipo delira, no se sabe si lo que está ocurriendo es real o producto de su fantasía, pero ocurre. A medida que pinta la estatua, ésta se va convirtiendo en una mujer.

-Vamos bien– aprobó Coli–, pero para mi gusto le falta un poco más de presencia de producto. Vamos a hacer una cosa. El tipo no la pinta, la esculpe. Cuando la estatua comienza a despertar, la viste con una camisa y un jean, porque estaría trabajando sobre una estatua desnuda…

-¡Síii!!!– aprobó entusiasmada Claudia–. A todas las mujeres nos va a caer muy bien que él se preocupe por vestirla. Además, no nos olvidemos que estamos vendiendo ropa, no un desnudo para que los tipos se hagan el bocho.

-¿Quién va a ser la modelo?– quiso saber Coli.

-Araceli González, la morochita de Caro Cuore. Al dire le gusta mucho porque tiene la mezcla exacta de una lolita, o sea mitad erótica, mitad infantil. Además, ya trabajó con ella en un par de avisos y dice que es muy suelta. Pero más allá de estos antecedentes, Pepe, cuando la veas personalmente te vas a enamorar. Es una de esas pendejas que la ves y pensás “me quiero casar ahora mismo”– informó Eduardo Torre Nilsson Lamarque.

-¿Y el artista?– preguntó a su vez Coli.

-Un actor muy bueno. Pablo Cedrón, el de El Juguete Rabioso. También ya trabajó en publicidad.

-Mañana le presentamos la idea al cliente y, si es aprobada, pídanle a Néstor que apure la filmación todo lo que pueda. Y que vaya pensando en hacer un comercial vivo, con mucho ritmo, nada de escenas demasiado lentas. ¡Tenemos que matar!

El día de la filmación Araceli tenía 22 años recién cumplidos. Soportó con estoicismo las tres horas de maquillaje a que la sometió Osvaldo Sperón, un experto. La chica al principio había tenido algunas reticencias, por el hecho de aparecer desnuda, pero cuando se convenció de que, al tener su cuerpo maquillado iba a ser como si estuviera vestida, aceptó la propuesta. Fue untada con crema hipoalergénica, polenta y pintura, pero su belleza irresistible en ningún momento se vio opacada. Al contrario, Araceli los conquistó inmediatamente a todos, con su carita de muñeca.

Lescovich le había pedido que hiciera el intento de adelgazar un par de kilos, porque para él esa carita estaba un poco rellena. Y ella cumplió.

Al principio no se permitió que ingresaran demasiadas personas al set. Después de todo, había una chica desnuda. Embadurnada, pero desnuda. Sin embargo, la modelo actuó en todo momento con tanta naturalidad, que fue ella la que ablandó la situación, mostrándose sin ningún tipo de pudor, como si estuviera en traje de baño. Ya en ese entonces se reveló como una verdadera profesional.

Para las tomas en que el actor debía subir y bajar el pantalón, se maquilló a una estatua verdadera.

El comercial terminado tuvo una duración de 60 segundos. El cliente lo aprobó con gran entusiasmo, pero pidió encarecidamente que se hicieran reducciones, para poder pautarlo con mayor frecuencia.

Como Pepe y su equipo lo habían anticipado, el estreno reposicionó a Alberto P. Varela Publicidad, y en más de un sentido. En primer lugar, le devolvió el optimismo a todo el personal de la agencia, que recuperó en parte la autoestima perdida hacía poco tiempo.

Luego, demostraron a sus clientes que la llama sagrada de su creatividad estaba intacta. Y por último, volvieron a tener prestigio ante sus colegas. Los rumores de que la agencia estaba con problemas de todo tipo quedaron sepultados ante un trabajo impecable como el que acababan de cristalizar.

Néstor Lescovich, el director de la película, y Araceli fueron invitados a una entrevista en El Show del Clío, el programa de canal 13 que difundía la actividad publicitaria nacional e internacional. Después de la entrevista con Juan Gujis, en el momento en que la modelo se retiraba del estudio fue contactada por un productor del canal.

-Recién te vimos por los monitores de nuestro estudio durante la nota con Gujis-, le dijo a manera de presentación. -En estos días estamos haciendo un casting para un nuevo programa del canal que se va a llamar La Banda del Golden Rocket-, continuó informándole a una sorprendida Araceli, para luego formularle una invitación que seguramente debe haber sonado a música en sus oídos: -¿No querés venir la semana que viene a hacer una prueba?

Araceli González, esa tarde, había estado a la hora justa, en el lugar indicado.

Capítulo 14

-¡No saben el papelón que hice ayer con Araceli a la salida de canal 13!– arrancó Pepe la tarde siguiente, ante todo el equipo reunido en su oficina. El ambiente estaba muy distendido, todos saboreaban todavía las mieles del éxito con By Deep. -En el momento que estoy maniobrando con el auto en el estacionamiento del canal– continuó Pepe– veo que Araceli desde su coche me habla. Bajo la ventanilla y me dice: "¿Para dónde vas?". Ni corto ni perezoso le grité: "¡Donde vos quieras!". "No, no…", me aclaró con carita de que yo me había confundido, "lo que quería era seguirte, para que me saques hacia Libertador… Pero olvidate, yo me arreglo, gracias igual…", y se fue a la mierda. Qué pelotudo…- finalizó la anécdota Pepe, en medio de las risas y cargadas de todo el grupo.

-Este tema de la vergüenza que uno pasa por culpa de los papelones, alguna vez podría ser el leitmotiv de una campaña, ¿no les parece? Qué bueno sería hacer varios cortos con distintos papelones y la cara sonrojada de los protagonistas… A ver, yo hice punta contándoles como intenté tirarle los galgos a Araceli… Antonieta, por ejemplo, ¿cuándo pasaste tu última vergüenza?

Silencio total. Inmediatamente todos recordaron la escena de sexo explícito en el baño que la divina coordinadora había protagonizado con el ascensorista de la agencia… ¿Podía ser tan mala persona Pepe para hacerle justo a ella semejante pregunta? Podía, razonaron todos en silencio.

-Vos sabés perfectamente cuál fue mi última gran vergüenza, Coli– respondió la mujer imperturbable–. Es más, seguramente todos los presentes también la conocen-, silencio incómodo. -Pero para no cortar este intento tuyo de juntar anécdotas que quizás alguna vez

nos sirvan, te voy a contar una que me pasó hace unos días con una sobrina. “Tía”, me dijo, “no sabés la bronca que tengo. Alguien me encajó un billete de veinte pesos falsos… Mirá, es casi transparente. Soy una boluda, no me di cuenta y lo peor es que no tengo la menor idea de quién me lo dio”. “Dámelo”, le ofrecí, que voy a intentar pasarlo…”. “No, tía”, me dijo entonces casi retándome, “no quiero que le hagas a otro lo que me hicieron a mí”. Me puse colorada como un tomate. Realmente me hizo sentir avergonzada, tuvo razón-, finalizó Antonieta.

-Realmente– coincidió Coli–, pero es muy valioso de tu parte que nos lo hayas contado. Te pido disculpas -agregó con franqueza–. Cuando te hice la pregunta ni me acordé de lo que todos enseguida nos acordamos. Pero, bueno, a ver… Santiaguito, ¿una de tus últimas vergüenzas?

-Mientras Antonia contaba lo de los veinte falsos– respondió rápidamente el Infiltrado–, estuve pensando… Y me acordé de que hace un mes, más o menos, atravesando el hall de Plaza Once me crucé con una chica que me venía mirando fijo a los ojos, desde bastante lejos. Al pasar al lado mío me siguió mirando y hasta me sonrió. “Qué ojos, muñeca”, le dije a la pasada, pero no hubo reacción. Ni me contestó, ni se detuvo, siguió su camino sin darme bola. A la tarde, me llamó por teléfono una prima y me dijo: “Santiago,… ¿vos le dijiste hoy en Plaza Once a una chica que tenía lindos ojos? Es mi amiga Maca, boludo, una de las que te presenté en mi cumpleaños. Ella te miraba para saludarte y vos… Y lo peor de todo es que además le dijiste “muñeca”… ¿Muñeca? Sos un quemo…

En medio de las carcajadas y burlas de todos, el Gallego sugirió:

-Tendrías que haberle dicho la frase favorita de Carlos Monzón

cuando se cruzaba con una mina… “Te pago con mi cuerpo, mamita”, les decía. Más carcajadas.

-¿Claudia?– continuó Pepe.

-Puedo contar varios papelones que protagonizo permanentemente cada vez que me encuentro con mi exmarido– comenzó–, pero prefiero hablar de algo más divertido: Casamiento de un excompañero de trabajo, su secretaria es amiga mía. Le envié a su oficina un juego de café que me regalaron en mi casamiento y que nunca llegué a abrir. Al otro día me llama mi amiga, para contarme que el hombre abrió el paquete delante de ella. “Muy lindo el juego de café, lástima que la cafetera tenía una tarjetita dedicada a mí y a mi ex… ¡de la familia que nos regaló ese juego para mi casamiento!”. Como nunca lo llegué a usar, como sucede con tantos regalos que se acumulan en los casorios, no tuve mejor idea que mandárselo sin fijarme si no habría una tarjetita adentro de la caja… Tengo tanta vergüenza que ni siquiera tuve fuerzas para llamarlo y disculparme…

-¡Nooo!– intervino Antonieta–, ¡la prendés fuego a tu amiga por haberte contado!

-No dejó de ser un regalo– intentó suavizar Coli, en medio de las risas generales. -¿Eduardo?

-Anoche, mejor dicho esta mañana, en el club donde voy a escolacear de vez en cuando, me tuve que quedar hasta las 7 de la mañana, porque gané al póquer durante toda la noche y en ese caso no te podés ir… Les tenés que dar la chance de recuperarse a los que van perdiendo. hay que dar revancha hasta que se resignan y se da por finalizada la noche, ¿me entienden? El que va ganando,

como yo anoche, no se puede retirar. Igual, les digo, en ningún momento tuve intenciones de retirarme porque lo estaba disfrutando. De pronto empieza un gran papelón: se aparecen en la sala de juegos mi mujer y mi hermana mayor. Las dos llorando y rogándome que me fuera, que no jugara más, que ya era de día y hoy tenía que venir a trabajar. En fin, una situación de mierda. Nos fuimos en medio de las miradas sorprendidas y burlonas de mis compañeros de juego, me pegué una ducha y aquí estoy. Menos mal que gané una pequeña fortuna, si no, esta vergüenza que siento sería mucho mayor…- finalizó el ludópata todavía ojeroso.

-Ganaste gracias a ellas,… porque seguro que te fuiste en el momento justo. Y pensar que el póquer está considerado casi una ciencia– justificó Coli de alguna manera. -A ver Vittorio si nos contás alguna más divertida…

-Anteanoche estaba tan contento por lo bien que me está yendo en el laburo, que acepté la invitación de un amigo para ir a un Solos y Solas. No se rían, por favor, siempre quiso llevarme pero a mí mucho no me gusta. Y eso que los hombres tenemos una ventaja, en esos lugares hay muchas más minas que tipos. Bueno, el caso es que caímos a eso de las once de la noche y luego de tomar unas copas, saqué a bailar, mejor dicho, me acerqué al rincón donde estaba bailando, sola, una mina es-pec-ta-cu-lar. Pensé “algún problema debe tener, para haber venido acá”, pero como uno no las quiere para conversar y mucho menos para ponerse de novio, sin pedirle permiso me puse a bailar intentando acompañarla lo mejor posible. Una diosa total, no saben cómo se movía. En un momento dado empezamos a hablar mientras seguíamos bailando, un poco a los gritos, un poco por señas, cuando de pronto me reí ante algo que me dijo y se me escapó un moco por la nariz… ¡Horror! La bolita se le pegó en un mechón de pelo, en el flequillo. A partir de ahí no pude dejar de mirar al moquito, rogando que se cayera solo. Se imaginarán que no me animé a decirle nada… hasta que, en un momento dado, ella, que seguramente lo advirtió desde un principio, se lo sacó disimuladamente con la mano… Dios, qué vergüenza. Poco después la fiesta terminó y no me animé ni a

pedirle el teléfono. Qué se yo…- finalizó Vittorio.

-¿Por qué?– reflexionó Claudia en medio de las risotadas. –A lo mejor no le importó demasiado. Después de todo, no se lo hiciste a propósito. ¿Alcanzaste a decirle que trabajás aquí? ¿Sí? Vas a ver que te llama, seguro.

-Gallego, tu turno– invitó Coli.

-En casa tenemos una costumbre con Carmen, mi mujer– arrancó Giménez. -Desde el primer día de convivencia arreglamos no cerrar jamás por dentro la puerta del baño. Nos parece que es bueno no poner el pasador por si a la persona que está adentro le pasa algo. Además, a veces estás adentro y te pasan el teléfono o uno de los dos tiene que entrar a buscar algo. ¡No se rían! Tengo una pareja de amigos que no solamente no ponen el pasador sino que además directamente no cierran la puerta… Aunque cueste creerlo, hacen sus necesidades con la puerta abierta.

En medio de las risas el Gallego continuó.

-Una mañana me levanto, agarro el diario y me siento en el inodoro. Pasan dos o tres minutos y, de pronto, se abre la puerta. "Es Carmen que viene a buscar algo", pensé. Pero no. La que se asomó fue Mary, la empleada que trabaja en casa desde hace un montón de años. Quizás por esta razón en lugar de pedir perdón y cerrar rápidamente la puerta, me saludó con una sonrisa y, ante mi mirada atónita, entró al baño, lo atravesó rumbo a la bañera, tomó un balde, volvió a cruzar el baño y se fue, eso sí, cerrando la puerta. Increíble, ¿no? Yo creo que no debe haber cosa que te dé más vergüenza que alguien te mire mientras estás sentado en el inodoro.

El relato de Giménez arrancó algunos aplausos de la divertida concurrencia. Pepe se aseguró de que el grabador estuviera funcionando y miró a los presentes buscando al siguiente, que resultó ser Memorex.

-Memo, quedás vos– le dijo.

-Siento mucha vergüenza por esto que voy a contarles– arrancó el joven.

-Es la idea– acotó Santiago, su compañero de dupla.

-En serio. Se los voy a contar porque… a lo mejor necesito la mirada de ustedes con respecto a lo que me está pasando-. Memo dejó pasar por alto algunos comentarios graciosos que le destinaron sus compañeros y continuó. Yo sigo siendo socio del club de barrio de toda la vida, uno de esos clubes que abundan sobre todo en las ciudades chicas. Básquet, papi, ping-pong, gimnasia, clases de tango y el consabido buffet. ¡Ah!, y la sala de juegos. Uno de los problemas que se le presenta cada dos años a la comisión directiva es que tienen que conseguir un encargado del buffet, porque como no rinde, cuando terminan sus contratos de locación todos optan por irse. Es un negocio chico, con unos cuantos choborras habitués y que cada tanto recibe ganancias extras cuando se organiza un torneo deportivo y nos visitan personas de afuera. O cuando organizan un baile. La única ventaja que tiene el bufetero es que en el mismo club tiene vivienda para él y su familia. O sea, mucho no sacan con el bar, pero por lo menos no pagan el alquiler de la vivienda. Hace unos meses se hizo cargo un tipo joven con su esposa. Andan bastante bien porque con lo que sacan comen, y además, repito, tienen vivienda gratis. Sencillita, pero casa al fin. El

muchacho, por esas cosas que nunca voy a terminar de entender, se mama seguido. Se emborracha. Si por ejemplo pone una botella de whisky en una mesa, al terminar la velada el sobrante se lo chupa él. Parece que tuvo una infancia complicada y la mujer le adjudica a ese hecho el vicio que se cazó este boludo. Ella me lo contó en una de las salidas que tiene conmigo. Sí, eso es lo que les quería contar, estamos saliendo, la verdad es que no sólo está buenísima sino que, además, es una mina de oro

-¿Esa es tu vergüenza, salir con la mujer de un pobre alcohólico?– preguntó María Antonieta.

-Hay más– respondió Memo en voz cada vez más baja. -Hace unos días fuimos a un telo, cosa que hacemos una o dos veces por semana, aprovechando que el dorima se va a dormir la siesta. La mona, bah. Cuando terminamos nos tomamos un taxi y, dos cuadras antes de llegar al club, ella se bajó, como hacemos siempre. El taxi volvió a arrancar para llevarme a casa, pero a las pocas cuadras frenó. El conductor se dio vuelta y me dijo: "No sé si felicitarte o cagarte a patadas". Era mi viejo.

El silencio se instaló definitivamente en la oficina de Coli. Memo continuó.

-Mi viejo tiene un tacho y yo estuve todo el tiempo tan ensimismado, tan sumido en mis pensamientos por todo esto que me está pasando, que no me di cuenta de que el destino quiso que justo tomáramos su auto. Además justo ese día estrenaba una gorra. Parece un cuento, pero lamentablemente no lo es. Me sucedió.

-¿Y qué pasó?– pregunto Vittorio.

-En realidad, no mucho más. A mi viejo no lo volví a ver y al club no voy por miedo a encontrármelo y que haga una escena. A ella la llamo por teléfono, por suerte está todo bien, no tiene idea de lo que me pasó. Por un lado estoy avergonzado con mi viejo porque debe despreciar mi aventura….

-Pero si te dijo que no sabe si felicitarte. No sé cómo será tu viejo, pero no creo que le llame demasiado la atención que su hijo se esté encamando con una linda mina, aunque sea casada– reflexionó el ludópata, que de todos los presentes era el que más club de barrio tenía.

-Para vos… ¿es sólo una aventura?– quiso saber Claudia.

-Al principio sí. Ahora estoy cada vez más metejoneado, me gusta mucho, me hace bien estar con ella. Además, soy una especie de bálsamo en su vida…y ella en la mía.

-Coli, lo llama Varela desde Miami– interrumpió Lidia por el conmutador. Coli atendió de inmediato pidiendo silencio con un gesto, aunque no hubiera hecho falta porque el relato de Memo hacía rato que había enmudecido a casi todos.

-Hola Albertopé, ¿qué tal las yanquis, están buenas?

La respuesta que llegó del otro lado de la línea hizo palidecer por unos instantes a Pepe, que inmediatamente trató de recomponerse. La divertida sesión acababa de terminar abruptamente. Es más,

mientras colgaba Pepe asumió que la noticia que acababa de entregarle su jefe podía inscribirse perfectamente en la lista de grandes papelones, anotada a nombre de la agencia y de su equipo creativo en particular: Kojak había muerto.

Capítulo 15

El investigador privado contratado -en realidad apalabrado- por Enzo, no tenía el fisique du rol de su actividad, es decir, no parecía un investigador privado. Por lo menos, el tipo de personaje que aparecen en las películas: desaliñados, barba crecida, aspecto de pícaros. El hombre tenía más bien aspecto de asesino de best seller. Buen mozo, pulcro, traje y corbata impecables, sonrisa fácil, uno podía imaginarlo en una película de suspenso protagonizando el papel de un sicario, donde el sujeto toca el timbre de una casa, una viejita observa por la mirilla para ver quién es, abre la puerta ante la presencia impecable de un galán sonriente, y termina asesinada por un único disparo en la frente efectuado con silenciador… por un asesino a sueldo.

El detective, por llamarlo de alguna manera concreta, en realidad era un ex policía que tomaba todo tipo de trabajos: seguimientos encargados por mujeres celosas, fotos encargadas por hombres celosos, amenazas a deudores morosos, búsqueda de ladrones y violadores que la policía había abandonado. Pero la mayor parte de su trabajo, lo que le daba de comer, tenía poco de detectivesco: acompañaba a personas mayores a que retiraran su dinero de los bancos.

Esta última ocupación lo había posicionado en varios barrios de Buenos Aires como un acompañante confiable y capaz de ahuyentar a cualquiera que estuviera tentado de concretar una salidera. Unos lo recomendaban a otros, de manera que siempre tenía trabajo. Casi todos los días alguien lo llamaba para ir hasta un banco, sacar plata y regresar caminando o en auto, charlando animada y despreocupadamente, aunque el hombre siempre estaba muy atento a todos los movimientos de la calle. Sobre todo cuando el cliente acababa de cobrar una suma importante por la venta de un auto o un inmueble.

Aunque su trabajo actual le permitía vivir bien, Vedovatto no lo apreciaba en absoluto. Él había abrazado la profesión policial para darse el gusto de investigar, algo que siempre le había atraído. Siempre supo que su vocación era la de descubrir crímenes, cuanto más perfectos, mejor. Y la Fuerza lo había distinguido como uno de sus mejores hombres, encargándole a menudo los casos más complejos.

Una interna salvaje había tronchado su carrera y el brillante investigador fue dado de baja, con recomendación de no aparecer nunca más por el departamento central.

De manera que, a meses de cumplir los cincuenta, alquiló una luminosa oficina con teléfono para intentar seguir trabajando en lo que más le gustaba. Cuando Enzo lo ubicó a través de la recomendación de una de sus clientas mensuales, Vedovatto sintió que se reconciliaba con la vida.

Tener que encontrar a un desaparecido, alguien al que nadie podía ubicar, era una oportunidad maravillosa de volver a entrar en acción. A la hora de hablar de honorarios, los fijó lo suficientemente bajos como para que el ejecutivo de la agencia de publicidad no dudara en contratarlo. La plata va y viene. Un trabajo digno, a su medida, casi nunca venía.

Además, él necesitaba demostrarse a sí mismo que todavía estaba vigente después del fracaso de encontrar al hombre que había violado a la hija del ingeniero. El desesperado padre lo había contratado para que lo acompañara en sus rondas nocturnas. Habían pasado juntos meses y meses, recorriendo disimuladamente las calles, cubriendo muchas cuadras a la redonda de la casa en

construcción donde había tenido lugar el acceso carnal a la chica de 17 años, con la esperanza de sorprender al degenerado volviendo a intentarlo. El plan había consistido en marchar cada noche caminando o en bicicleta, cambiando el vestuario y muchas veces separándose en el recorrido, para volver a encontrarse en un punto prefijado de antemano.

Pero fue inútil. Nunca más pasó nada parecido en ese barrio ni en sus alrededores. Para Vedovatto fue una frustración no haber podido ayudar a ese hombre desgarrado por dentro, que intentó hacer justicia. Un día, de común acuerdo, decidieron abandonar la pesquisa.

Sin embargo, el detective cada tanto se daba una vuelta, sobre todo con las primeras luces del amanecer, cuando cientos de chicas salen a trabajar. Jamás se daba por vencido y se había prometido encontrar al violador, aunque pasaran años.

-Pedí hablar con usted, señor Varela, porque el trabajo de campo que desarrollé este último mes en su agencia ha llegado a su fin. Ya no me queda nada por escarbar. De acuerdo con lo convenido con don Enzo, recorrí todos los departamentos bajo la máscara de un auditor perteneciente a uno de los estudios más prestigiosos de la Argentina. A todos les fui preguntando acerca de sus labores diarias, con la excusa de optimizar recursos y tratar de aplicar nuevos mecanismos de management.

Albertopé lo escuchaba admirado. El expolicía manejaba un lenguaje muy apropiado y por momentos hacía olvidar su verdadera profesión. Enzo le había advertido de las cualidades verborrágicas del hombre, y no se había equivocado. Al contrario, sentía que estaba sentado frente a un auditor de verdad. El estudio Bértora y Asociados había aceptado –con ciertas condiciones- ser la pantalla

perfecta para que la investigación no fuera descubierta.

-Por supuesto que además de pedirles que me detallaran sus actividades, busqué con todos los empleados la manera de hablar de los otros sectores de la empresa y sus personas. Esto último me permitió completar el perfil de Coli, un hombre que ha dejado muchos amigos y enemigos en su paso por este lugar. Estos últimos, todos creativos, pertenecientes a equipos diferentes. Evidentemente, y seguramente, no estoy descubriendo nada que usted no sepa: el área creativa estuvo absolutamente dividida durante el reinado de este hombre, y lo sigue estando. Es como si en un equipo deportivo hubiera dos líderes a los cuales responden los jugadores. Pero todos bajo la tutela de un patrón, en este caso usted, señor Varela. Dígame… ¿lo hace a propósito?

El dueño de la agencia pensó unos instantes su respuesta para luego decidir no decir la verdad. Después de todo… ¿qué tenían que ver las luchas intestinas con la desaparición de Coli?

-Mire, señor, en todas las empresas hay celos, envidias y luchas de poder. Una agencia de publicidad no es la excepción. Yo fui siempre consciente de esa división que usted no tardó en descubrir, pero no soy el responsable. Reconozco que nunca hice nada para unir a los dos bandos, porque me convenía la sana competencia creativa… Pero, discúlpeme, no entiendo bien el porqué de su pregunta…

-Porque para poder encontrar a su hombre voy a necesitar que me explique bien el motivo, o los motivos, por los cuales se retiró de la agencia. Enzo me dijo desde un principio que no fue despedido. En consecuencia, pienso que me va a ayudar a resolver esta búsqueda saber exactamente qué ocurrió para que se fuera. Evidentemente, Coli es un hombre que ama su profesión y no me cierra que, a pesar del convenio que firmó con ustedes comprometiéndose a no trabajar

en otra agencia por el lapso de dos años, no esté activo haciendo otras cosas relacionadas con su profesión. Qué se yo, escribiendo un libro, por ejemplo.

Varela carraspeó brevemente y respondió la pregunta. ¿Por qué Coli se retiró de la agencia? Porque había cumplido un ciclo. Así de simple.

-Mire, Vedovatto… Pepe Coli ha sido, sin lugar a dudas, el mejor cerebro creativo que pasó por esta agencia. Pero, siempre hay un pero, no supo modernizarse, aggiornarse, cambiar para mejorar. Y los jóvenes lo terminaron pasando por encima. La publicidad es una profesión competitiva como pocas, donde todos los creativos se sienten el centro del universo. Y cuando menos se lo esperan… aparece alguien que los corre del centro… Coli se dio cuenta de que otros estaban haciendo un excelente trabajo, aunque nunca quiso reconocerlo, y finalmente decidió retirarse.

-¿En buenos términos?

-Cuando un director creativo estrella se retira de su agencia, nunca es en buenos términos, aunque hacia fuera no trascienda. Es como un divorcio. No hay divorcios buenos o malos. Hay malos… y muy malos. Y ahora, si me permite, tengo que asistir a una entrevista…

-Por supuesto– concedió Vedovatto mientras se ponía de pie. -Una última pregunta, si fuera tan amable, ¿ustedes notaron que una de las colaboradoras más talentosas de los equipos de Coli se retiró casi simultáneamente con él? Me refiero a la señorita María Antonieta, más conocida aquí por “La amante del ascensorista”. ¿Se les ocurre alguna razón que pueda relacionar ambas salidas?

Varela y Enzo se miraron intercambiando gestos de sorpresa.

-¿Las salidas de ambos coincidieron?– preguntó Varela–. En este momento me estoy enterando.

Enzo aprobó con su cabeza, y razonó en voz alta.

-No tenía sentido que Antonieta se quedara, entró a esta agencia de la mano de Coli. Además, aunque la mayoría de los equipos que él formó siguieron trabajando, de a poco se terminaron yendo también unos cuantos. Entre ellos, Giménez, el que más nos dolió…

-Los dejo, señores- se despidió el ex policía. -La única punta que se me ocurre investigar es el paradero de la muchacha. Quizás nos lleve hasta el hombre, salvo…

-¿Salvo qué?– quiso saber Varela.

-Salvo que se lo haya tragado la tierra, de verdad. Le robo un minuto más, señor Varela, necesito que me diga alguna cosa sobre Coli que nadie me haya contado. Usted es la persona que más lo conoció en esta agencia, quiero que trate de recordar algún detalle que le haya contado acerca de su niñez, su adolescencia, algo relativo a sus gustos personales, un hobby, mujeres, en fin, cualquier dato nuevo por más insignificante podría ayudarme. Por favor.

Un poco más tarde Vedovatto se retiró de la agencia sumido en sus cavilaciones. Después de haber indagado durante un mes lo más discretamente posible sobre la vida y obra de Coli, estaba tan desorientado como desde un principio, aunque un dato aportado por Varela a último momento podía llegar a convertirse en una punta a investigar. O por lo menos, otro lugar donde intentar encontrar a su hombre.

Capítulo 16

Kojak había muerto, estaban en problemas. Después de conocer la sorpresiva noticia, el estupor se reflejaba en la cara del director general creativo.

-Era Albertopé– aclaró Pepe, aunque no hacía falta. -Está desayunando junto a la pileta del hotel en Miami, leyendo el Miami Herald. Uno de los títulos de tapa hizo que se le atragantara la medialuna… Se puso de pie y anunció con gesto teatral: “Murió el actor famoso por su chupetín…”.

-¿Savalas?– atinó a preguntar Torre Nilsson–, me estás jodiendo… ¿De qué?

-Cáncer de próstata. Ahora nos venimos a enterar de que lo habían operado a principios de año…

-¡Con razón casi no podía levantarse de la mesa durante la filmación!– recordó Memorex.

-¿Por qué famoso por su chupetín?– quiso saber Antonieta.

-Porque en la serie Kojak en algún momento chupaba un chupetín. Marca Chupa-chups para ser exactos– respondió Memo.

-Santiago–, pidió Coli, que cada vez estaba más preocupado. -Fijate si en el contrato hay alguna cláusula que hable expresamente de la muerte del protagonista. Estoy seguro de que el representante debía saber que tenía un cáncer terminal, pero si esa contingencia no está escrita, estamos sonados.

-Una parva de lucas verdes tiradas a la basura– agregó el Gallego.

-¡Menos mal que nunca fue al aire!– recordó Claudia. Estaban listos el comercial de Ornella Mutti y el de Telly Savalas y en la empresa decidieron comenzar a emitir primero el de la tana.

-Y ahora hay que archivarlo definitivamente. Se imaginan que no podemos estrenar un comercial con un señor que acaba de morir, mostrando que usa la tarjeta Visa. Y ya estoy pensando que, en el futuro, si se decide continuar con la campaña "Costumbres" nos tenemos que olvidar de los famosos. Varela quedó en llamar al cliente. Se va a comer unas cuantas puteadas… Y olvídense de filmar con Depardieu– advirtió Pepe.

-El contrato está lleno de coberturas, pero justo ésa no…- informó el Infiltrado, regresando al despacho de Coli. -Pero podríamos intentar probar mala fe de su representante, él no podía estar ajeno a la situación que atravesaba su representado.

-Es muy difícil probar eso… Olvidate– opinó el Ludópata.

-Bueno. Ya está. Mala leche– cerró Pepe-. A otra cosa mariposa. Al mal tiempo buena cara. Ya buscaremos la manera de compensar al cliente. Alguien que arrime una buena noticia, por favor…

-La culpa del cero a cinco con Colombia la tuvo Goico– dijo rápido Giménez.

Risas nerviosas generales. El chiste logró recomponer, en parte, el buen clima. ¿Vieron anoche el quilombo que se armó en la tele entre Sanfilippo y Bilardo? ¿No? Resulta que el "Nene" le estaba explicando a Goico cómo debería haber atajado en determinadas jugadas, responsabilizándolo de los goles colombianos. De pronto entró el narigón al estudio y prácticamente lo echó al pibe ordenándole que se retire. Se armó un escandalete terrible, Sanfilippo es jodido, no tiene pelos en la lengua. Después le preguntaron a Goycochea si sabía quién era Sanfilippo y dijo que no lo conocía, pero que alguien le contó que fue un gran goleador histórico de San Lorenzo.

-¿Podemos hablar de otra cosa, por favor?– pidió Pepe–. Todavía me dura la amargura de la goleada y vos venís a remover el puñal, loco. Pará…

-Si te parece bien te cuento cómo terminó la historia de Cinzano "Avión"– propuso entonces el propio Giménez. -Finalmente logramos resolver la toma del trago largo.

-Bueno, era hora…- comentó aliviado Pepe. -Y al final, ¿quién la va a filmar?

-Puenzo. Luis acaba de refundar Cinemanía y, además, es el único que supo resolver la truca. Orlando Rodríguez, el tipo que labura con él, es quien fabricó el aparato, que es algo físico, no una truca óptica. El aparato es algo así como un émbolo con una especie de

jeringa con un juego de espejos como el da la flor azteca, que ocultan el mecanismo. Cuando los americanos de Los Ángeles nos vean filmar con eso no van a entender nada.

-Coli, lo llama el doctor Enzo– anunció Lidia por el intercomunicador.

Coli tomó el teléfono. El director administrativo y financiero de la agencia pocas veces lo llamaba. Imaginó que el caso Kojac ya había llegado a sus oídos y, seguramente, estaría muuuy nervioso. Nada lo apesadumbraba más que perder plata, sobre todo cifras importantes.

-Hola, Enzo, ¿a qué debo el honor…? ¿Ahora mismo? Estoy en reunión… Está bien, voy para allá.

“Viejo de mierda”, pensó Pepe, ”seguro que me va a trasladar todo su veneno por lo de Visa”.

-Chicos, aquí terminamos. Planifiquen urgente el viaje a Los Ángeles y tratemos de terminar lo más rápido posible la maldita película… que va a ser otro éxito de esta venerable agencia.

Cuando Pepe entró en el despacho del “doctor” Enzo, como se hacía llamar en la agencia, se encontró con un panorama mucho más sombrío del que había imaginado. Por empezar, no estaba solo. Sentado en uno de los sillones, lo acompañaba el nuevo creativo estrella de la agencia, Antonio Santamarina, un cajetilla de apellido ilustre que había regresado hacía un mes de España y que Albertopé había incorporado como director creativo para varias cuentas que

no manejaba Pepe.

Y para completar, también iba a participar de la reunión el pendejo Hernán, dueño de una carrera meteórica dentro de la agencia gracias a un trabajo –debía reconocerlo- brillante. Pero también dueño de una ambición desmedida, un ego desmedido y una hijaputez también desmedida. Pepe podía soportar, y hasta por ahí nomás, el talento ajeno. Pero no disimulaba su desagrado cuando intuía que detrás de un colega había un trepador sin códigos.

-Me acaba de llamar Alberto desde Miami. Me cuentan Antonio y Hernán– atacó brutal Enzo– que los jugosos honorarios en dólares abonados al señor Telly Savalas constituyen dinero irremediablemente perdido. ¿Es así Coli?

-Así es, Enzo. Hasta hoy nadie supo que el hombre tenía un cáncer terminal, el representante en ningún momento mencionó operación alguna, se filmó un excelente comercial, Kojak murió, el representante seguramente no va a querer devolver un mango y a Visa se lo vamos a tener que compensar de alguna manera.

El poder de síntesis, propio de un publicitario de raza, una vez más había quedado de manifiesto. El auditorio conformado por los tres hombres que enfrentaba Coli, no podían creer el desparpajo, el desembarazo con el que Pepe había descripto la situación. Era algo así como si un alumno reprendido por su maestra por reírse en clase, en lugar de quedarse callado le hubiera contado el chiste… a la asombrada maestra.

-¿Así nomás? Listo, una pila de lucas verdes tiradas a la basura– Enzo remarcaba cada palabra, comenzando a levantar la voz–, ¡y chau pinela! Dejate de joder, Coli, alguien tiene que hacerse

responsable de no haber tomado algún tipo de recaudo, y vos tenés que asumir tu responsabilidad…

-Está bien, Enzo. En el futuro vamos a someter a las celebridades que contratemos a una profunda revisión médica y también a un examen psicotécnico– respondió Pepe con ironía. -Déjese usted de joder. Y, dígame, esta gente, que evidentemente anda con poco trabajo,… ¿le vino con algún otro cuento?

-Efectivamente– continuó Enzo cada vez más nervioso– me han contado un nuevo dislate producido por tu departamento. Prefiero que ellos mismos lo repitan– terminó el hombre dirigiéndose a Antonio y Hernán, que ya no podían ocultar su incomodidad por la manera en que el administrativo estaba manejando la situación.

-Mirá, Pepe…- comenzó Hernán.

-¡Pepe las pelotas!– lo interrumpió– para vos soy Coli y no tengo ningún interés en escucharte. Yo escucho solamente a los pendejos que me provocan admiración y ese no es precisamente tu caso– continuó cada vez más disgustado. -Antonio, no puedo creer que después de cuatro años en España lo único que hayas aprendido es a cuestionar a tus colegas…

-Te pido perdón, Pepe– dijo Antonio-, pero Enzo me hizo algunas preguntas y le contesté con la verdad. Nadie te está cuestionando, me limité a informarle que, hasta donde dan mis cálculos, las idas y vueltas con la truca de Cinzano deben rondar una cifra cercana a los doscientos mil dólares.

“Now you are talking”, pensó Pepe. Ahora estaban comenzando a hablar. Lo de Kojac había sido apenas un aperitivo, la plata perdida era apenas la cuarta parte de lo que llevaban gastados con el nuevo comercial de Cinzano. La truca para este comercial era el verdadero motivo de esa reunión, que amenazaba con terminar mal. Los dos alcahuetes eran un dúo de sátrapas, astutos e inteligentes para saber donde golpearlo, porque, tenía que reconocer, todo aquel asunto y las idas y vueltas para resolver la truca del nuevo comercial de Cinzano, en cierta manera se había desmadrado. Los dos hijos de puta sabían que la plata gastada para solucionar el tema, era casi un disparate. Y lo peor es que tenían la cifra exacta: llevaban gastadas 200 lucas verdes nada más que en experimentar cómo mierda hacer para que el vaso del aviso fuera creciendo, aumentando su tamaño, a medida que un modelo lo llenaba con el vermouth. Todo el comercial iba a girar alrededor de ese recurso: una especie de trago largo, gracias a un vaso apoyado en una mesita y que crecía, se estiraba hacia arriba, mientras la bebida era servida. Para aumentar la expectativa, la escena transcurriría dentro de un avión. Gente tomando y bailando, chicas jóvenes y divinas, alguna azafata que se prendía en la joda, en fin, una buena manera de continuar la idea de que Cinzano era mucho más que “el vermucito para la picada del domingo”. Lo querían convertir en un verdadero trago largo para disfrutar, mientras el jingle, una verdadera joyita musical, decía “Venga donde está el sabor, el sabor internacional, el interminable sabor del mundo, Cinzano, ¡Cinzano!” El producto final sería una película muy conceptual, muy glamorosa, sensual, divertida, en fin, una fiesta de adultos arriba de un avión, donde… ¿quién no querría participar?

-Exacto– confirmó el dato Pepe. -Así es, Enzo. Hasta hoy nadie supo cómo resolver la truca, hasta que un hombre que trabaja para Puenzo lo logró, el creativo está conforme con la solución, se va a filmar en Los Ángeles, Cinzano está enamorado de la idea, es un aviso bien Alberto P. Varela Publicidad.

-¡Y tiramos otros doscientos mil dólares a la basura!– gruñó el administrativo. -¿Vos estás loco, Pepe? ¿Te pensás que yo tengo una

maquinita de fabricar dólares? Ya vamos a hablar de toda esta plata rifada, cuando Alberto regrese. Pero ni en pedo te autorizo que vayan a filmar a Estados Unidos…

-El decorado de un avión es muy costoso para construir en el país. Acuérdese de que estamos viviendo el paraíso de la plata dulce… Es más barato viajar que filmarlo aquí– informó Pepe.

-¿Y desde cuándo te preocupás vos por la plata?– atacó nuevamente Enzo. -Yo mismo voy a averiguar si no se puede hacer en el país. Hernán, ocupate y manteneme informado. Antonio…

-Con todo respeto, don Enzo– interrumpió Pepe. -A la primera intromisión en mi trabajo y particularmente en este comercial, mi renuncia será indeclinable. Usted se la tendrá que explicar a Albertopé y, fundamentalmente, a nuestro cliente Cinzano. El día que esta agencia sea conducida por un contador, dejará de ser una agencia. Le recomiendo poner un estudio jurídico-contable, donde seguramente va a poder contar los porotos mucho más apropiadamente. Esto es publicidad, don Enzo, el mundo mágico de la publicidad, donde los boludos como yo, hacen ganar fortunas a los burros como usted…

Pepe dejó el despacho sin esperar la respuesta de Enzo, cuyos colores reflejaban claramente que estaba por explotar. Las bocas abiertas de Antonio y Hernán, en cambio, amenazaban con llenarse de moscas.

Pepe volvió a su oficina profundamente conmovido. Estaba furioso, amargado, pero también satisfecho, en fin, estaba viviendo uno de esos días donde uno no sabe bien si la publicidad es una profesión maravillosa o una picadora de carne. Ni bien entró, se dirigió a su

ventana favorita y siguió barruntando que algo estaba muy mal. Si Enzo, Antonio y Hernán se le habían enfrentado, era porque su situación personal comenzaba a debilitarse, y mucho. Eran tres hombres inteligentes, que no debía subestimar. Si se le habían animado, era porque alguien avalaba ese enfrentamiento.

Tomo un fibrón y escribió en la pizarra "¿Por qué a mí, por qué al Papa?" (Juan Pablo II), recordando las palabras de Karol Wojtyla luego del grave atentado que sufriera en la Plaza de San Pedro del Vaticano y mientras era trasladado de urgencia para su atención médica. En realidad hubiera querido escribir ¿Por qué a mí, por qué a Pepe?

Cuando Claudia entró a su oficina, estaba tan ensimismado que tardó unos instantes en darse cuenta. La chica traía unas carpetas con algunos trabajos para ser aprobados.

-Estoy amargado, Claudia– le contó Pepe mientras giraba para verla bien. Estaba hermosa, mucho más linda que cuando la entrevistó por primera vez. Pensó que, como toda separetti, estaría nuevamente en carrera buscando romance y lo primero que hacen las mujeres es ponerse a dieta, meta yogur nomás, y producirse como diosas.

-No puedo creer que te cuestionen– dijo la Cábala, tratando de adivinar. -Justo a vos, que sos el alma mater de esta agencia.

Pepe no le respondió. Se limitó a dar la vuelta alrededor de la mesa y mientras cerraba la puerta con su mano derecha, enlazó la cintura de la mujer con su brazo izquierdo, y la besó con dulzura. Claudia no solamente no se resistió, no preguntó, no dudó, pero luego de un largo instante se fue separando con suavidad. Se quedaron mirando

fijo, muy cerca uno del otro. Finalmente Claudia dijo " Está bien". Y se retiró, cerrando tras si la puerta.

Capítulo 17

-¡No me importa que este avión se venga abajo, Coli, porque vos también te vas a morir, hijo de mil putas!

Una azafata escuchó con asombro el grito de ese pasajero, mientras pasaba velozmente por el pasillo del avión, vomitando. Las otras ya se habían calzado sus cinturones de seguridad y esperaban con caras de extrema preocupación, sentadas en sus asientos bajitos, que el mal momento pasara. Muchos pasajeros gritaban cada tanto, otros se limitaban a rezar con los ojos cerrados. La visión de la azafata lanzando no había sido un buen síntoma, precisamente. Un nuevo pozo de aire hizo que el avión de Pan Am descendiera bruscamente unos cuantos metros. La linda rubia de la fila 5 ventanilla hizo causa común con la azafata y comenzó a lanzar dentro de una bolsa de papel que encontró en el respaldo del asiento de adelante. ¡Buuummm!, otro pozo de aire… ¡Crassshhh!, ¿y ahora qué fue? ¿Un bache en el medio del cielo? La tormenta no daba tregua y todos se preguntaban por qué diablos el comandante había decidido efectuar el viaje a pesar de que seguramente le habrían advertido de las condiciones climáticas.

El avión se venía abajo. Era cuestión de segundos, a lo sumo de minutos. Pero ninguna cabina podía aguantar mucho más las tremendas vibraciones, todo se había convertido en una gigantesca coctelera. Nadie se animaba a mirar por las ventanillas, los rayos eran de película de terror.

¡Buuummmm!!! Temblor y más temblor. Había sido en ese momento que, Hernán, el pendejo creativo y nueva estrella de la agencia, se paró y gritó como un energúmeno. Los pocos pasajeros que alcanzaron a oír sus imprecaciones pensaron que el joven,

aterrorizado, estaba poseído por el demonio. Porque, francamente, ¿a quién se le podía ocurrir estar feliz porque el avión se iba a estrellar? Solamente a alguien fuera de sus cabales.

Coli, ensordecido por la tormenta, por los bramidos del fuselaje, por algunos bolsos que caían del compartimento de equipaje sobre las cabezas de los azorados pasajeros, alcanzó a escuchar la perorata de su compañerito de trabajo. “Espero encontrarte en el infierno, para poder cagarte a trompadas”, pensó. Pero no pudo continuar ocupándose de ese tema, porque Albertopé lo abrazó con desesperación. El avión se estaba viniendo abajo. Tantas veces viendo aterrizar al avión de Cinzano,… ¿sería posible que este puto avión se viniera abajo? Hacía mucho que no rezaba, lo hizo.

Y el avión no cayó.

Unos minutos, que parecieron eternos, más tarde, la aeronave de Pan Am aterrizó como pudo en Ezeiza. El viento huracanado le dio la última palmada en la cola pero el avión salió airoso del compromiso. Cuando comenzó a carretear por la pista buscando su lugar en la terminal, algunos pasajeros iniciaron tímidos aplausos, otros –la gran mayoría- insultaban a la tripulación a voz en cuello. El comisario de a bordo desapareció inteligentemente de escena. Su integridad física corría serio riesgo, a pesar de que en realidad los grandes culpables de la locura de volar en esas condiciones hubieran sido otros, empezando por los pilotos.

De todas maneras los ejecutivos de Alberto P. Varela y Cinzano se veían bastante serenos, aparentemente nada ni nadie podría borrar la sonrisa de oreja a oreja de Coli y su team. Porque finalmente todos habían viajado a Los Ángeles, autorizados por Albertopé, y regresaban victoriosos.

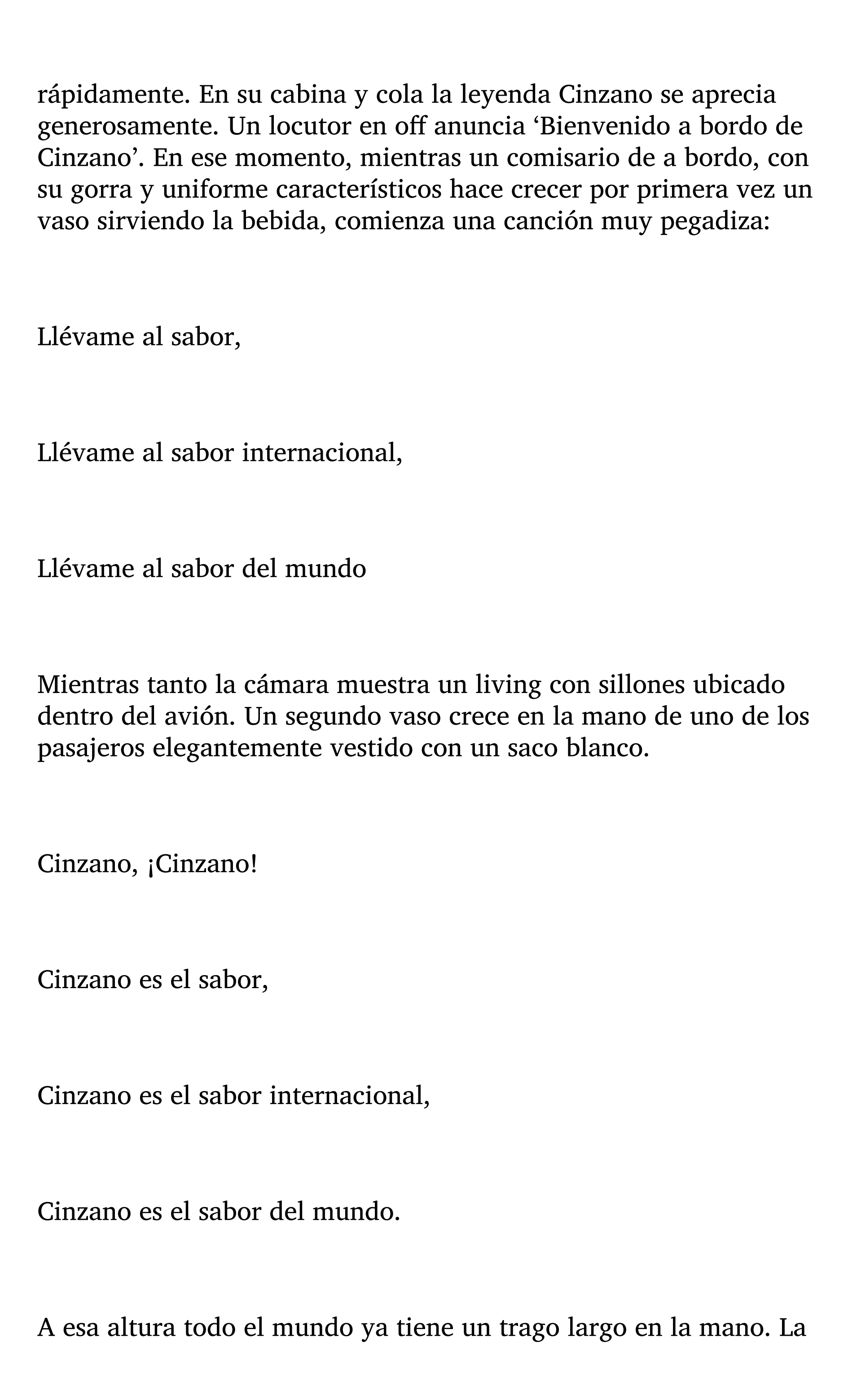
Unos días antes, cuando el viejo caudillo se enteró de que el staff de Cinzano en pleno había decidido viajar a Estados Unidos para aprobar o no el nuevo comercial de la marca, no dudó en hacer viajar a varios ejecutivos de la agencia: Coli, su team de seis creativos, Antonio y Hernán aunque fueran de otro equipo, Enzo, Clara, en fin, once personas en total, para darle brillo al acontecimiento y que la prensa especializada y los diarios prestaran la debida atención al estreno.

Porque de eso se trataba en definitiva. Del estreno de un nuevo comercial de su agencia nada menos que en la ciudad de Los Ángeles. El enorme presupuesto de gastos que había generado este corto podía tranquilamente soportar unos miles de dólares más para que su gente viajara y disfrutara al mismo tiempo de unas cortas vacaciones.

Cuando la noche anterior Pepe Coli se paró frente a la nutrida concurrencia, la sala de proyecciones de la productora americana lucía esplendorosa. Claudia, Clara y los muchachos se habían ocupado de vestirla con elementos decorativos cercanos a la marca, como afiches, banderas, producto y algunas sugestivas promotoras locales. Pepe dio comienzo a la presentación limitándose a recibir a los presentes con una gorra de comandante, una amplia sonrisa y pocas palabras: “Bienvenidos a bordo de Cinzano”.

Atrás habían quedado los sinsabores de la preproducción, los doscientos mil dólares gastados en esa prepro, las idas y vueltas para resolver la idea del vaso “trago largo”, las discusiones, alcahueterías y demás yerbas. Pepe sabía que el comercial mataba.

“Primer plano de un avión girando, para luego despegar



rápidamente. En su cabina y cola la leyenda Cinzano se aprecia generosamente. Un locutor en off anuncia ‘Bienvenido a bordo de Cinzano’. En ese momento, mientras un comisario de a bordo, con su gorra y uniforme característicos hace crecer por primera vez un vaso sirviendo la bebida, comienza una canción muy pegadiza:

Llévame al sabor,

Llévame al sabor internacional,

Llévame al sabor del mundo

Mientras tanto la cámara muestra un living con sillones ubicado dentro del avión. Un segundo vaso crece en la mano de uno de los pasajeros elegantemente vestido con un saco blanco.

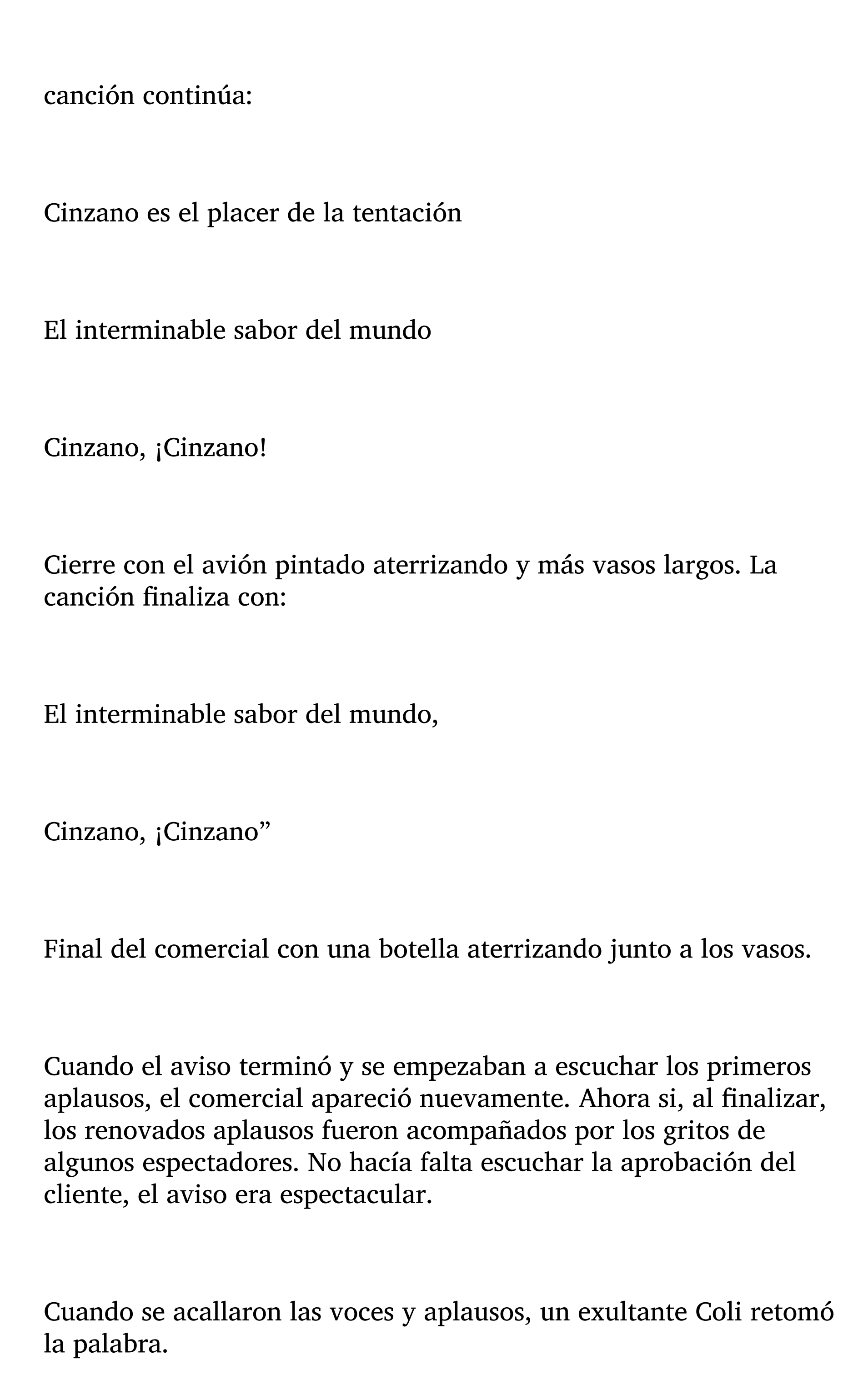
Cinzano, ¡Cinzano!

Cinzano es el sabor,

Cinzano es el sabor internacional,

Cinzano es el sabor del mundo.

A esa altura todo el mundo ya tiene un trago largo en la mano. La



canción continúa:

Cinzano es el placer de la tentación

El interminable sabor del mundo

Cinzano, ¡Cinzano!

Cierre con el avión pintado aterrizando y más vasos largos. La canción finaliza con:

El interminable sabor del mundo,

Cinzano, ¡Cinzano”

Final del comercial con una botella aterrizando junto a los vasos.

Cuando el aviso terminó y se empezaban a escuchar los primeros aplausos, el comercial apareció nuevamente. Ahora si, al finalizar, los renovados aplausos fueron acompañados por los gritos de algunos espectadores. No hacía falta escuchar la aprobación del cliente, el aviso era espectacular.

Cuando se acallaron las voces y aplausos, un exultante Coli retomó la palabra.

-Quiero destacar que durante los 36 segundos que dura este comercial, la marca Cinzano aparece, a través de la etiqueta del producto y las leyendas del avión, siete veces.

Además, la locución y el jingle la mencionan once veces. Quiere decir que la marca aparece o es mencionada 18 veces en 36 segundos. En fútbol se dice que para que un jugador sea considerado un gran goleador tiene que hacer un gol cada dos partidos. Siguiendo con el ejemplo, un gran goleador debería hacer 18 goles en 36 partidos. Es exactamente lo que hemos logrado con esta pieza, donde la marca aparece cada dos segundos. Es decir, estamos en presencia y, perdón por la falta de modestia, de un goleador total. Los goles, con este comercial ganador, están asegurados…

-¡Es un golazo!- dijo alguien, mientras los abrazos y brindis comenzaron a multiplicarse rápidamente.

Fue una presentación distinta, donde nadie esperó el visto bueno del cliente, sino que los tres ejecutivos de Cinzano parecían formar parte de la agencia, festejando con fervor lo que intuían sería un gran éxito de ventas. En medio de los aplausos, tragos de Cinzano, palmadas en las espaldas y palabras de elogio, Pepe recibió el saludo de Antonio y Hernán.

-Gracias, pero quiero que sepan que yo soy como las mujeres– les espetó– perdono pero no olvido…

-Nuestro informe fue para sumar, Pepe, nunca tuvimos la intención de…- intentó aclarar Santamarina.

-¡De ninguna manera!– lo interrumpió Pepe–, lo de ustedes fue definitivo para mí. Además, en el caso de este pibe, la agencia no lo necesita para nada. Ya lo hablé esta tarde con Varela, Hernancito, considerá a este viaje como tu despedida, tu viaje de fin de… agencia.

Y siguió recibiendo saludos de la gente que se acercaba. En realidad, Pepe todavía no lo había hablado con su jefe pero no quiso perderse la cara de disgusto del pendejo.

Un par de horas más tarde abandonó subrepticiamente la productora en compañía de Claudia. La maravillosa ciudad estaba esperándolos para seguir festejando, pero esta vez íntimamente. Pepe le pidió en su inglés tarzán a un taxista que los llevara a un buen restaurante. Tuvieron suerte, cuando llegaron se acababa de desocupar una mesa para dos y pudieron ubicarse a pesar de que una pequeña multitud esperaba su turno, pero todos formando grupos de cuatro o más.

Mientras comían, Pepe y Claudia intercambiaron experiencias con entusiasmo. Lo que acababa de ocurrir en la productora había sido fantástico y lo que seguía prometía ser mejor todavía. Estaban en la ciudad soñada, en el restaurante indicado, con la comida adecuada y… juntos otra vez. Desde el beso aquel de la oficina no habían vuelto a cruzarse, tampoco lo habían intentado. Pepe quiso dejar pasar un tiempo antes de acercarse nuevamente a ella, que cada día estaba más linda.

-Nunca supe si tenés familia, hijos…- quiso saber Claudia mientras tomaban un café.

-Soltero, sin hijos, muchas minas, ninguna mujer– contestó muy escuetamente Pepe, arrancándole una sonrisa. Se estaba enamorado de la sonrisa de esa mujer.

-¿Algún otro dato de interés que puedas suministrarme?– insistió ella con picardía.

-Si, cómo no… Mi nombre completo es José Francisco Collivignarelli. El nombre lo eligió mi viejo, hincha de San Lorenzo, como homenaje a Sanfilippo, el máximo goleador de la historia del club y uno de los principales del fútbol argentino.

Se moría por ir a hacer el amor con ella, pero no encontraba las palabras como para intentarlo, justo él, que tenía tanta labia para algunas cosas… además, ¿cómo reaccionaría Claudia? Una cosa es un beso,… otra muy diferente lo otro…

De pronto Pepe recordó la escena de una de sus películas favoritas.

-Hay escenas de películas que te quedan grabadas para toda la vida. Una simple escena a veces garpa toda la película –arrancó cambiando de tema. -¿Viste “Un hombre y una mujer”?

-Sí, claro.

-Claude Lelouch maneja muy bien ese tema. La escena en cuestión es cuando Jean-Louis Trintignant paga la cuenta y luego le pregunta al mozo “¿Tiene una habitación?” sin siquiera consultar a Anouk

Aimée, aunque dando por sentado que ella aceptaría. Fue una escena osada para ese momento, hoy es casi naif. Sir, please…- terminó Pepe dirigiéndose al mozo escribiendo en el aire su pedido de la cuenta.

-Después de pagar… ¿le vas a preguntar por una habitación o tus planes son ganar las habitaciones del hotel?- preguntó Claudia divertida.

-Tengo una idea mejor. -Y agregó mirándola fijamente a los ojos: -Andá al baño y traeme la bombacha…

Claudia necesitó de unos segundos para absorber el pedido, le mantuvo la mirada largamente y, finalmente, se paró.

-No me provoques- dijo antes de partir lentamente, entre las mesas, rumbo al toilette.

Capítulo 18

-Hola,… ¿señora Dufau? Enrique Vedovatto, ¿cómo le va? Me alegro. Mire, la molesto porque… no, no tendré problemas en acompañar a su madre a cobrar la jubilación a fin de mes, no, al contrario… La llamo por otro motivo. Verá, estoy pensando en ofrecerle un trabajo… Sí, un trabajo sencillo. Consistiría en lo siguiente, usted debería llamar telefónicamente a un largo listado que le suministraré y en cada lugar tendrá que preguntar si allí se encuentra una persona. Sí, sólo eso, pero le advierto que es un trabajito de mucha paciencia, porque el listado es largo…Estoy seguro de que usted es la persona ideal para darme una mano… No me olvido, al contrario, de que usted trabaja como telefonista en un diario… Y sí, un diario de negocios, pero diario al fin… Quizás más tranquilo, pero con todo lo que significa atender ese conmutador, claro… Yo le pagaré diez pesos la hora, cuánto más trabaje por día, más ganará. Mi idea es que haga los llamados después de su horario de trabajo, y durante el fin de semana. Pero le advierto que apenas la persona que estoy buscando aparezca en alguno de los lugares adonde usted llamará… listo, se terminó el trabajo. Puede ser en el llamado número uno o en el tres mil, vaya uno a saber,… claro,… pero para su tranquilidad yo le aseguro una cifra mínima por el total del trabajo, mil quinientos pesos,… ¿qué le parece? Bien, me alegro mucho… Cuando usted pueda empezamos… ¿Mañana sábado? perfecto. La espero a eso de las nueve… Perfecto, hasta mañana entonces.

El ex policía colgó satisfecho. La señora Dufau era la persona ideal para hacer los llamados, hacía un tiempo que la acompañaba junto a su madre cada fin de mes para ir a cobrar al banco y la conocía bastante. Era una mujer con dos cualidades ideales para ayudarlo a encontrar a Coli: tenía paciencia y un trato muy amable. Al llamar seguramente iba a tropezar con todo tipo de personas que no siempre estarían dispuestas a tomarse el trabajo de pensar si conocían a un tal Pepe Coli, o a un tal Pepe o José Collivignarelli,

porque a lo mejor el hombre estaba usando actualmente su nombre completo, quién sabe.

La idea de intentar ubicarlo en un club donde se practique la pelota a paleta se la había dado Varela casi al final de su encuentro en la agencia. “Coli fue un buen jugador de pelota”, le había contado, “hasta que se dedicó a tiempo completo a la publicidad. Pero nunca la dejó del todo… Parece que hasta los 30 años la practicó a diario… Además le gustaba mucho ir a ver los desafíos entre los mejores jugadores del país… Qué sé yo, cada tanto viajaba a Altamirano o a Chascomús porque se enteraba de algún partido imperdible… Es más, no sólo iba a disfrutar del espectáculo sino que se jugaba unos pesitos…”.

Fue entonces que a Vedovatto se le ocurrió buscarlo en los lugares donde se practica el deporte vasco. Primero visitó las canchas tradicionales de la Capital, no son muchas, pero allí nadie lo conocía a Coli o, si lo conocía, hacía más de un año que no lo veía. Es decir, el hombre no solamente había desaparecido del ambiente publicitario sino también del pelotari.

Una tarde se topó casi por casualidad con el presidente de una entidad que agrupa a la mayoría de los clubes de la Argentina donde se practica la paleta y obtuvo un listado a nivel nacional, un enorme listado. El presidente amablemente le advirtió que también hay innumerables canchas de paleta, abiertas y cerradas, en gran cantidad de clubes rurales, almacenes y boliches diseminados por todo el país, que no están asociados a ninguna entidad. Para ser claros, si Coli no era habitué de un club federado, iba a ser casi imposible localizarlo. Vendovatto era consciente de que la tarea detectivesca es, la mayoría de las veces, una prueba de paciencia y constancia, de encontrar una aguja en un pajar, por eso decidió poner manos a la obra con la ayuda de la señora Dufau, para que ella recorriera con sus buenos modales todo el espinel. Mientras tanto, él se encargaría de asistir a todos los desafíos entre los

mejores jugadores del país; por ejemplo ese próximo domingo había un triangular en El Socorro y hacia allí pensaba ir, dondequiera quedara ese lugar.

Pepe tenía muy en claro en qué momento de su vida se enamoró definitivamente de la paleta. Había sido a los 12 años, cuando ya hacía cuatro que practicaba el deporte, sobre todo en las largas siestas veraniegas. “Esta noche hay un partidazo de paleta, Josecito”, le contó aquel día tan especial uno de los chicos de la barra. “Es en el club y van a jugar Néstor y Domingo Olite contra Ibarra y el Manco de Teodolina”.

Néstor era Delguy, para todos ellos el mejor jugador del mundo… ¿Quién iba a ser capaz de discutirlo? Era el mejor jugador del pueblo y de la Argentina, a punto tal que la tapa que la revista El Gráfico le había dedicado lucía orgullosa en el bar donde estaba la primera cancha cerrada del país. Néstor, para los chicos y también para los grandes del pueblo, era el mejor de la historia y vivía allí, donde Pepe había nacido, en Burzaco.

Josecito estaba realmente intrigado con el manco, porque ellos habitualmente presenciaban partidos donde alguno de los jugadores jugaba, para dar ventaja a sus oponentes, con un solo brazo. Es decir, en la pelota a paleta, deporte donde se enfrentan por lo general dos contra dos, como en el dobles de tenis, es bastante frecuente que uno o más de los jugadores jueguen dando ventaja, para equiparar las fuerzas. Hay muchas alternativas: jugar pegando con una sola mano sin poder pegar con la otra, o no poder pegar de revés, o jugar con las manos atadas o usando la paleta dada vuelta.

Pero, de allí a que un jugador fuera manco, era raro… O quizás no tanto, ya que había un manquito que jugaba al básquet para Juventud Obrera, y eso si que era bien difícil. Manco y jugador de

básquet, nada menos.

La expectativa por el desafío de la noche estaba instalada en el pueblo desde hora temprana. Uno de los chicos averiguó que el Manco iba a almorzar en el boliche que estaba frente a la estación y que seguramente dormiría allí la siesta. El boliche en cuestión era el típico bar frecuentado sólo por hombres, donde en el salón principal se jugaba a las cartas todo el día y en un salón más chico se ofrecía almuerzo y cena para muchos solitarios que lo frecuentaban.

Aquel mediodía todos los chicos del barrio, la mayoría incipientes jugadores de pelota, esperaban expectantes la llegada del jugador sin brazo, en la vereda del local. Desde adentro llegaba el ruido típico de los hombres jugando y chanceando y el olor característico que sólo sale de lugares cómo ésos, mezcla de piso de madera, mesas y sillas también de rigurosa madera, tabaco, quesos, jamones… un olor que José asociaría para siempre con su niñez.

Cuando los dos Chevrolet 40 de color negro estacionaron en la vereda de enfrente al bar, comenzaron las sorpresas. De los dos autos polvorientos bajaron en total ocho hombres, algunos pisando los estribos. En realidad, en esa época se veían pocos autos, de manera que para los chicos poder observar de cerca a esos modelos era, de por sí, un festín. A los mencionados estribos se agregaban una parrilla con doce varillas, muy elegante, y un par de focos delanteros redondos, enormes, hermosos. Y, lo mejor de todo, el auto venía con espejito retrovisor en la puerta del conductor, prolijamente cromado, como las llantas de las bicicletas caras que tenían algunos afortunados del pueblo.

La primera sorpresa fue que la comitiva estuviera integrada por tantos acompañantes, parecía que venían de gira. Y aunque los chicos no lo supieran, el jugador profesional y sus amigos, en cierta

manera, estaban de gira, porque todos los días tenían un desafío que cumplir y muchas veces recorriendo cientos de kilómetros.

La segunda sorpresa es que una vez que ubicaron cuál era el Manco… al hombre no le faltaba ningún brazo. Después se enteraron de que el apodo obedecía a un sobrehueso en su muñeca izquierda, producto de una fractura mal curada. Pero lo que más les llamó la atención fue la vestimenta del paisano, porque era un paisano vestido con pantalón bombacha negro, camisa blanca, pañuelo rojo al cuello, chaleco negro con botones que relucían como si fueran de oro… porque eran de oro, como también relucían sus botas negras con tacos generosos. El atuendo lo completaban un sombrero de alas anchas color natural y un fantástico poncho pampeano.

-¿Usted es el manco de Teodolina, señor?– preguntó respetuosamente uno de los chicos.

-¿Cómo de Teodolina?– contestó en voz alta y algo aflautada el paisano. -¿No será de Teodelina, chango? Por supuesto, soy yo, pa' lo que guste mandar… (risas).

Cruzó la puerta del boliche, donde varios lo estaban esperando para saludarlo.

-¡Esta noche Néstor le va a ganar!– lo provocó otro chico.

Él no contestó ni volvió la cabeza. Seguramente su espíritu competitivo estaba disfrutando del momento y del alboroto que su presencia había generado. Entró al bar profiriendo su grito de

batalla: “¡Ande está el campeón del mundo!”, que repetía cada vez que llegaba a un nuevo destino pelotari.

Messina muchas veces saludaba a los parroquianos de los diferentes lugares a los que concurría para jugar con esa frase tan particular, un sello propio, que había adoptado desde que, en una oportunidad, viajó cientos de kilómetros desde San Nicolás a Lomas de Zamora para desafiar al flamante campeón del mundo argentino en la especialidad pelota goma. Era casi la medianoche cuando, en esa oportunidad, entró a los gritos acompañado de su séquito, ubicó al campeón del mundo, lo desafió a jugar un mano a mano, es decir, el uno contra el otro sin compañeros, y por supuesto le ganó con amplitud. Cada vez que se hacía una selección para elegir qué jugadores representarían a la Argentina el Manco participaba, les ganaba a todos, pero no era invitado a viajar. Su personalidad bohemia le jugaba en contra, los dirigentes no lo veían capaz de representar al país en un torneo internacional, por varios motivos que hacían a su comportamiento, no a su juego por supuesto.

Pepe siguió parado en la vereda un largo rato, incapaz de seguir los comentarios de los otros chicos. Estaba realmente sorprendido, no tanto por los gitanos que acompañaban al Manco ese mediodía, los espectaculares autos, la ropa de paisano o la presencia de los dos brazos. No, Josecito estaba estupefacto porque para él Oscar Ismael Messina –tal el nombre del legendario jugador- era un viejo.

Cuando esa noche Néstor Delguy entró a la cancha encabezando el grupo de cuatro jugadores que iban a disputar el esperado partido, el público del Social lo ovacionó largamente. También hubo cerrados aplausos para Olite, Ibarra y Messina, este último, como leyenda viviente, atraía multitudes cada vez que jugaba.

Los chicos de la barra de Josecito no se perdían detalle. Al mediodía

habían espiado el almuerzo del famoso jugador, quien comió acompañado por sus amigos y unos cuantos allegados del boliche, sopa, churrasco, ensalada mixta, un flan, todo acompañado por una cantidad asombrosa de cerveza que el paisano consumía sin parar. Los chicos estaban acostumbrados a ver cómo los mayores tomaban en cantidades industriales, de manera que no les llamó demasiado la atención la exagerada ingesta, con una buena siesta seguramente se le pasaría la incipiente borrachera. Lo que sí les llamó poderosamente la atención es que, a la noche, en el vestuario del club, en el momento de ir a cambiarse para jugar, el Manco le entregó a Luisito, el canchero, el encargado del vestuario, un revolver Colt Caballito calibre 32… los forasteros andaban calzados, seguramente por si no les pagaban o por si alguien quisiera apropiarse de sus ganancias. Porque esos “grandes partidos de pelota” que anunciaban los volantes, se jugaban siempre por plata, aunque esté expresamente prohibido. El Manco y muchos profesionales de su categoría recorrían permanentemente el país donde quiera que los llamaran para jugar desafíos, un poco porque la pelota era su vida pero también para ganar dinero. Si no había una buena suma, ni se molestaban en viajar.

La planta baja del Social y los palcos del 1º y 2º piso estaban colmados por, como diría Borges, un ambiente espeso de varones, ansiosos por ver jugar a los cuatro ases y también de jugarse unos pesos. Porque el público que asiste a los partidos de pelota participa apostando, muchas veces sumas muy fuertes. Hay un corredor o varios corredores que son los depositarios de la plata, los que aseguran que el que apuesta en caso de ganar recibirá su dinero. El corredor se queda con el 10 % de la jugada y a veces los que apuestan no se conocen entre sí. Otras, los hombres arreglan la apuesta directamente entre ellos. Esa noche todo se hacía de manera bastante subrepticia, por las dudas de que hubiera algún cana mezclado entre el público.

Ahora que lo veía vestido de pelotari a Josecito ya no le parecía tan viejo el Manco. Logró ubicarse para espiar el partido desde un rincón bastante incómodo, pero que al menos le permitía no

perderse detalle del acontecimiento. Remera bien ajustada, pantalones largos, faja, zapatillas, una boina, todo de color blanco excepto la faja multicolor, buen físico, pelo bien corto canoso, bigote negro, el Manco ahora si tenía aspecto de un deportista de élite. Luego de un breve peloteo, arrancó el partido pactado a 30 tantos.

Parejo, disputado, con jugadas que arrancaban aplausos de esa verdadera multitud que se había dado cita en el único club con trinquete del pueblo, el partido aumentaba la tensión ambiente a medida que los tantos avanzaban. Nunca hubo una diferencia mayor a dos tantos en todo su desarrollo, hasta que algunos golpes certeros de Delguy y Olite los pusieron arriba en el tanteador por tres tantos, 24 a 21.

Pero la pareja Ibarra-Messina tenían mil batallas disputadas y esa ventaja en realidad no quería decir demasiado. Con jugadores de ese calibre en cualquier momento el partido podía sufrir un vuelco y así sucedió. El Manco cruzó un par de pelotas imparables y puso las cosas 23 a 24 con el saque en poder de su compañero. Y ahí comenzó un verdadero show, con el público bramando y alentando al binomio que todavía perdía por un tanto pero pugnaba por empatar. “¡Se viene el agua!”, gritó el negro Tomás entusiasmado, alertando no de la posibilidad de una lluvia sino del empate inminente. “¡No rompan los boletos!”, gritó eufórico un rubio grandote mirando a su alrededor desafiante, utilizando la frase de los burreros cuando su caballo favorito, que viene perdiendo, arremete sobre el final de una carrera con posibilidades de alcanzar y ganar. En los hipódromos, cuando está por terminar una carrera, muchas veces los perdedores rompen sus tickets de apuestas, sus boletos. En los finales cabeza a cabeza, cuando un ejemplar que viene rezagado arremete con furia y alcanza a los de adelante, es muy común oír ese grito de esperanza por parte de los angustiados apostadores: “¡No rompan los boletos!!!, que todavía puede ganar…”.

Oscar, el crédito de Teodelina, comenzó a tomar nuevas apuestas de todos aquellos que quisieran arriesgar su plata recorriendo la cancha y señalando a cada nuevo apostador con el grito de ¡Tomo! El cruce de miradas era suficiente para que la apuesta quedara plasmada, no hacía falta ningún corredor. De pronto alguien le habló al Manco desde detrás del alambrado de la cancha, en la planta baja. El jugador de la boina se agachó para escuchar bien y luego convocó con un grito a uno de sus compañeros de viaje: “¡Martino!, ¡venga que el caballero quiere hablar con usted!”. Inmediatamente se escuchó la carrera de alguien que bajaba apresuradamente las escaleras hasta llegar al sitio del caballero que, en realidad, quería concretar una abultada apuesta. El hombre del poncho, entrado en carnes, llegó resoplando. Martino tomó esa apuesta y cuando el arreglo quedó establecido el Manco volvió al partido. Las nuevas apuestas de los otros tres jugadores no tuvieron ni de cerca la dimensión de las concertadas por Oscar. Ahora sí la plata había aparecido.

Sacó Ibarra y rápidamente igualaron en 24. El Manco comenzó a jugar otro partido, moviéndose por toda la cancha como un poseído, haciendo gala de un estado físico excepcional. Mientras los otros tres jugadores acusaban el trajín de un partido durísimo, Messina parecía estar cada vez más fresco y potente y, cuando el partido se puso 27 a 24 a favor del Manco, muchos espectadores comenzaron a retirarse vislumbrando un final irreversible, donde el mito viviente una vez más terminó imponiendo su tremenda calidad. Para los chicos, para Josecito, la derrota de Néstor fue un golpe muy duro que tardarían varios días en asimilar, pero su consuelo fue que habían visto en acción a un campeón del mundo sin corona, un trotamundos incansable, un hombre acostumbrado a vivir de noche, que no olvidarían jamás y que había ganado en justa ley. El Manco, acompañado por Ibarra, otro fenómeno.

Ese partido lo marcó a Pepe Coli para toda la vida. La pelota a paleta pasó a ser más que un deporte una pasión, y el día que dejó para siempre Alberto P. Varela Publicidad decidió que era hora de retornar a ese viejo amor.

Capítulo 19

-Este aviso está condenado al fracaso-, disparó Pepe en la siguiente reunión del comité creativo que integraba conjuntamente con Albertopé y Tony Santamarina, este último su par creativo pero obviamente atendiendo otras cuentas. En realidad Pepe podría haber sido un poco más diplomático al calificar el boceto de un lanzamiento de Chrysler, pero no podía soportar el papel cada vez más preponderante de Santamarina en el área creativa de la agencia. Para colmo el viejo le había dado el manejo de la nueva cuenta que había ingresado en lugar de las marcas de autos perdidas la fatídica noche en que Gunther los había invitado a cenar.

Chrysler preparaba el lanzamiento al mercado argentino de automotores con caja automática y aprovechaba el know how de Alberto P. Varela Publicidad, después de tantos años de trabajar para la industria automotriz, para ese lanzamiento. “Un gran cliente, la oportunidad de seguir renaciendo de entre las cenizas, un producto (los autos) apetecible para cualquier publicitario, y el ortiva recién regresado de Madrid se iba a llevar todos los laureles, seguramente", pensaba Pepe preocupado.

Celos aparte, el debut del repatriado no le parecía a Pepe nada auspicioso. Más allá de la rivalidad, de los celos y temores, el boceto que Tony había pegado en la pizarra de la sala le parecía malo. Genuinamente malo. Junto a una foto donde se veían dos pedales, el título decía: “Hasta ahora a usted le sobró un pedal, ahora le falta un pie”.

-No podemos obligar a la gente a hacer un ejercicio intelectual para intentar entender qué le queremos comunicar-, continuó Pepe con

dureza. La idea le resultaba confusa y, además, sospechaba que su verdadero autor era Hernán, el pendejo que lo había insultado en el avión y que no apareció más por la agencia. Cuando el avión carreteó en Ezeiza, solito se dio cuenta de que su destino en esa agencia estaba sellado. Quizás Hernán siguiera haciendo frilos para la agencia, es decir, trabajando desde afuera.

- Señor Varela– irrumpió la voz de Beatriz por el intercomunicador - lo llama urgente el señor Miguel de la agencia De Luca.

-Pásemelo, Betty. Sí, hola, ¿cómo estás? Nooo… ¿Cuándo? Qué macana che… Me dejás helado… ¿Dónde lo van a velar? Bue,… gracias por avisar… Sabés que lo siento mucho, el tano era un grande en serio… Gracias, nos vemos más tarde.

Colgó.

-Murió el tano De Luca-, informó con pesadumbre.

-Estaba grande– comentó Antonio, por decir algo.

-Sí, pero nunca dejó de trabajar del todo– dijo Varela con admiración. -Para mí, junto con David Ratto, Hugo Casares, Freddy Ortiz y Pablito Gowland, fueron los inventores de este negocio en la Argentina. Los cinco grandes. El tano es, fue, un hombre de principios, más allá de si hacía o no los avisos de su agencia.

-Si habrá tenido principios que un día se levantó a mitad de una

presentación –acotó Coli- diciendo que la campaña que le estaban presentando al cliente no servía, que mejor se llevaban el material y volvían otro día, todo frente a la mirada azorada de sus creativos y del propio cliente, que no podía creer que el tano destruyera su propia presentación.

-Un maestro– continuó Varela que seguía conmovido, -¿me pueden creer que una vez lo retó en persona al mismísimo Vance Packard en su paso por la Argentina? Resulta que Packard había sacado un libro denostando a la publicidad y lo estaba presentando en una gira mundial. El tano levantó la mano en la presentación que se hizo en Buenos Aires y le preguntó si lo que estaba haciendo él, presentando su libro, no era también publicidad. El otro no le supo dar una respuesta coherente, quedó en ridículo.

La reunión del comité creativo había tocado a su fin. La noticia de la muerte de De Luca sacó de tema a los tres hombres, por lo que Tony se vio favorecido, no tuvo que defender su aviso y quedaron en que el mismo sería presentado al cliente para su aprobación final.

Cuando Pepe volvió a su despacho lo estaba esperando Claudia junto al escritorio de su secretaria.

-¿Puedo pasar?- pidió permiso la creativa.

Una vez adentro cerraron la puerta y el beso, al principio un piquito, no se hizo esperar. Luego del momento más dulce del día, para ambos, Claudia tomó la palabra.

-Si tenés un minuto te puedo contar una historia que te va a encantar, involucra a tu amiguito Tony…

Era justo lo que Pepe estaba necesitando. Le encantaban los chismes y viniendo de la boca de Claudia, con su picardía para relatarlos, más todavía.

-Bien. Resulta que Chrysler lo invitó a participar de una competencia para periodistas y allegados, que se llevó a cabo ayer en Ezeiza. Como él no tenía tiempo ni ganas para ir lo mandó en su lugar al pibe Jorge, el director de arte, para que formara equipo con la otra invitada de la agencia, nuestra flamante directora de cuentas, Nildita, la gallega. Ella es la que me contó todo esta mañana en el baño.

-¿Qué tipo de competencia?

-Una competencia por equipos, donde les entregaron un coche cero kilómetro a cada dupla para recorrer 100 kilómetros ida y vuelta, tratando de gastar la menor cantidad de nafta posible. Es decir, cada equipo podía conducir a la velocidad que considerara conveniente para consumir la menor cantidad de combustible en un viaje de ida y vuelta por la carretera, y al regresar el que gastó menos es el ganador. En caso de empate se proclamaría ganadores a los que hubieran hecho el recorrido en menor cantidad de tiempo. Nildita me contó que ella no sabía bien de qué se trataba, cuando recibió la invitación pensó que era una especie de presentación de un nuevo modelo con cóctel incluido, como se hace habitualmente, pero al llegar se encontró con que tenía que participar como acompañante de Jorge en una carrera. O sea, su minifalda negra y zapatos taco aguja no eran precisamente los más adecuados para la ocasión.

-No te puedo creer…

-Creeme porque es la pura. Te la hago corta, no figuraron. También… tuvieron que competir contra pilotos reales, periodistas especializados en automovilismo, tipos tuercas, en fin, no tenían posibilidades de nada. Y, por supuesto, ganó una dupla de la revista Corsa. Pero ése no es el tema. Cuando todo terminó, a eso de las 7 de la tarde, el pibe se ofreció a llevarla hasta la casa. En el camino tuvieron una anécdota divertida, que no es el meollo del asunto, pero igual te la cuento también. En el semáforo de Callao y Libertador, frente al Ital Park, se les acerca una nena vendiendo ramitos de jazmines, le habló bajito al pibe y este entonces inmediatamente le compró un ramito. Después le contó lo que la vendedora le dijo: "Si no me comprás le digo a tu señora que a la otra le llevaste un ramito", y le pareció un argumento tan convincente, tan de creativa publicitaria, que le compró.

-Pendeja guacha…

-Sí, increíble el argumento de la piba. Sigo. Después de obsequiarle el ramito como un caballero, la dejó en su casa, todo bien, y listo, fin de la salida. Pero esta mañana, cuando se reunió todo el equipo de Santamarina en su oficina, llega Jorge y lo más suelto de cuerpo pregunta a manera de saludo: "¿Quién se coje a la rubia?", refiriéndose obviamente a Nildita. Silencio ficticio, como diría Balá. Todos se miraron nerviosos, hasta que finalmente Tony le informó: "Es mi esposa…". Yo creo que el único pelotudo en toda la agencia que no sabía que Santamarina vino a la Argentina con su mujer española es este pibe… Te imaginás la cara que le puso…

La risotada de Pepe atravesó las paredes de su oficina y se expandió

por los pasillos. Su listado tentativo de “Grandes papelones” acababa de recibir un aporte significativo.

Dos meses más tarde, como la campaña gráfica sugerida por Tony había vendido muy pocos coches, Luis Melnik, el director de comunicación de Chrysler decidió cambiar la comunicación y pidió que modificaran el aviso, creando él mismo el siguiente titular: “Chrysler lanza la primera caja automática del país”.

-La noticia es revolucionaria –reflexionó el ejecutivo-, ¿para qué disfrazarla?.

A partir de ese momento la curva de ventas ascendió notablemente.

Coli disfrutó de su pequeño triunfo. Mientras escribía una frase nueva en la pizarra, pensó en cuántos avisos tiraban la plata de sus clientes con enfoques equivocados. ¿Para qué disfrazar una ventaja tan elocuente? “Cómo me gustaría tener un cliente como Melnik”, pensó, al mismo tiempo que leía la frase tomada de un reportaje en una revista del ambiente a un joven creativo: “Tuve una pesadilla, soñé que nos parecíamos a las otras agencias” (Ramiro Agulla).

Capítulo 20

¡PIU AVANTI!

No te des por vencido, ni aun vencido,

no te sientas esclavo, ni aun esclavo;

trémulo de pavor, piénsate bravo,

y arremete feroz, ya mal herido.

Ten el tesón del clavo enmohecido

que ya, viejo y ruin, vuelve a ser clavo;

no la cobarde estupidez del pavo

que amaina su plumaje al primer ruido.

Procede como Dios que nunca llora;

o como Lucifer, que nunca reza;

o como el robledal, cuya grandeza

necesita del agua y no la implora...

¡Que muerda y vocifere vengadora,

ya rodando en el polvo, tu cabeza!

Almafuerte

Pepe clavó el afiche con el poema de Almafuerte en la pizarra blanca y retrocedió un par de pasos para observarlo, satisfecho con su labor. Este fantástico poema lo estaba ayudando a pasar los momentos difíciles que le estaba tocando vivir en la agencia. Sentía que los jóvenes que Albertopé había estado tomando para integrar los equipos de Santamarina se burlaban a sus espaldas. El día anterior tuvo que contenerse para no reaccionar ante el comentario de Edgar, uno de ellos, que le dijo con insolencia: "¿Recién hoy la descubrís?", cuando él hiciera un comentario acerca de lo sexy que le resultaba Madonna, mientras estudiaban un veta con un comercial norteamericano. Pendejo de mierda, "¿recién hoy la descubrís?", lo hubiera agarrado a patadas, pero ese comentario insidioso no hizo más que confirmarle la mala onda que le dedicaban los pibes de Tony, sobre todo el tal Edgar y su coequiper Jorge, el que se quería cojer a la rubia.

En realidad lo de la mala onda era mutuo. Coli también destilaba veneno con todos ellos, claro que con más clase que el pendejo desubicado que le hablara sobre Madonna. Uno de los últimos episodios había sido el de la margarina Delicia. La mejor dupla de Tony proponía ir al frente con un comercial bien agresivo: “Cuando se canse de romper galletitas con ese producto caro, use Margarina Delicia”. El aviso se inscribía en la categoría de la publicidad comparativa, porque el producto caro en cuestión era la manteca. Los chicos querían iniciar la guerra de la margarina contra la manteca, como una manera rápida de hacer conocer el producto.

Coli se había opuesto firmemente, un poco porque no le gustaba la publicidad comparativa y otro poco, y fundamentalmente, porque del otro lado, del lado de la manteca, estaba David Ratto como cabeza creativa de Ortiz, Scopesi y Ratto, y seguramente la respuesta de ellos sería tremenda. Se exponían a una reacción que podía dejarlos mal parados, porque David y sus huestes seguramente irían a fondo también, con su producto manteca SanCor.

No hubo caso. A pesar de que -ante la consulta de su jefe- Coli recomendó fervorosamente cambiar de estrategia, el comercial vio la luz. Rápidamente Ratto contragolpeó sacando un comercial que mostraba una botella de leche, una de esas de color verde, golpeando una mesa. Enseguida aparecían otras, dos, tres, cuatro, pum, pum, pum, mientras un locutor en off advertía: “Cuatro litros de leche es un pan de manteca SanCor. No se engañe: la margarina no es manteca. Y la manteca es SanCor”. Contundente. A pesar de que la agencia quedaba mal parada, Coli sentía ganas de ir a felicitar a David.

El dislate continuó: la agencia le recomendó a Molinos que hiciera un juicio, Molinos lo hizo. Rápidamente finalizó con la absolución

de SanCor.

En la agencia la verdadera guerra estaba lanzada. De un lado Pepe y sus duplas. Del otro, Tony y una gran cantidad de nuevos y jóvenes creativos.

Eran momentos difíciles para Pepe, su brillo de DGC incomparable parecía estar apagándose. Para colmo se le ocurrió ir al cine a ver una película porque le atrajo el título, “Qué es el otoño”, y terminó viendo a Alfredo Alcón jugando el papel de un arquitecto otrora famoso, resignado a vender inodoros. En un momento dado, Javier Portales lo ayuda y le da una mano a ese arquitecto veterano, un muchacho grande que no logra conseguir trabajo como arquitecto, que está viviendo el otoño de su vida, un mal otoño, y lo pone a vender inodoros de su empresa para que se gane unos pesos. La película lo bajoneó más todavía, se fue del cine sintiéndose peor. “El viejo está cerca de los cincuenta, ¿no es hora también de que se retire?”, había escuchado hacía unos días al pasar por el pasillo contiguo a la sala de arte. El que lo dijo estaba mirando por televisión el retiro, a los veintiséis años, de Gabriela Sabatini. Coli lo oyó y trató de darse cuenta a quién se refería el tipo, hasta que cayó en la cuenta de que el comentario lo tenía como destinatario. Ningún otro estaba cerca de los cincuenta y, además, el comentario formaba parte de la guerra interna. Casi vuelve sobre sus pasos para encararlo, pero decidió que lo mejor era ignorarlo: su lucha era con rivales de mayor peso. Además… era probable que tuviera razón.

El episodio Molinos para la margarina Delicia había sido apenas una escaramuza más de las batallas finales que se avecinaban.

-Esta campaña está destinada al fracaso-, dijo Pepe, una vez más, cuando Albertopé le pidió su opinión acerca de un nuevo trabajo creativo que el equipo de Santamarina había creado para el

relanzamiento de la bebida Añejo Doble V. -“No va a andar” es un concepto loser, perdedor-, denostó Pepe. Y continuó más agresivo todavía.

-¿A quién se le ocurre, Alberto, decir en su publicidad que el producto que está intentando vender “no va a andar”? ¿Estamos todos locos?

-Es una campaña que apela al humor– se defendió Tony-, la gente no es gilipollas, sabe que es un chiste. Decodifica. La parte donde un productor chanta dice “¿Beatles, Beatles? No va a andar” refuerza la idea de que, a pesar del escepticismo del eslogan, al final todo funciona. Incluso el producto…

-Alberto– interrumpió Coli-, cada vez que tenés una duda me llamás para pedirme mi opinión pero últimamente no me das pelota. Con el diario del lunes todos sabemos un montón de fútbol, yo te lo prevengo ahora: esta campaña es una burrada.

El presidente de la agencia asimiló la crítica y por el momento prefirió no tomar partido.

-Poné otra vez el jingle– pidió.

Un empleado del departamento de audio, mudo testigo de la escena, se apresuro a pulsar el botón play en la enorme radiograbadora que había llevado para que escucharan la música preparada para televisión y radio. Pepe reconoció para sus adentros, que la música era muy pegadiza.

Añejo Doble V para mezclar, Añejo Doble V, no va a andar…

Añejo Doble V con naranja o cola, con tónica, limón batida o sola

Añejo Doble V con cualquier gaseosa,… ¿alguien te dijo que sos preciosa?

Añejo Doble V mezclado con jugo, ¡llamame!, nos vemos, ¿te doy mi tubo?

Locutora: “¿Viste el doble cola? Hielo, Añejo Doble V ¡y tu cola favorita!”

Añejo Doble V para probar en casa, Añejo Doble V si lo probás te agarra

Añejo Doble V en pleno verano… verano… verano… verano… verano

Añejo Doble V, para mezclar, Añejo Doble V, no va a andar

Añejo Doble V, no va a andar

Añejo Doble V, no va a andar

-“No va andar”- sentenció Coli en voz alta, cuando el jingle terminó.

-¿La filmará Puenzo, no?- preguntó Varela. Sin esperar respuesta quiso saber: -¿Cuál es la productora musical?

-Lapouble/Ziegler, cantan Marianela y Cacho Jaron- informó Tony. Luego enfrentó a Coli: -¿Quién sos vos, el profeta del no va a andar?

-A mi me parece que está bien– sentenció Varela–, sobre todo porque la marca se menciona nada menos que trece veces en el minuto diez que dura el aviso. Está OK, vayamos al frente con el cliente.

Pepe no los miró. Se limito a repetir “No va andar, y el trece es mufa”, mientras abandonaba la sala. Y el tiempo le dio la razón. La campaña fue un éxito, todo el mundo la cantó y tuvo gran poder de recordación en las encuestas, pero el producto no se vendió, al menos como para amortizar esa importante inversión publicitaria.

Por supuesto que toda la agencia le echó la culpa al producto y en cierta manera Pepe reconocía que era verdad. Ninguna campaña publicitaria, por buena que sea, puede lograr que la gente compre un mal producto más de una vez.

Pero eso era harina de otro “costado”, como solía decir erróneamente un conocido suyo. Pepe agregó la campaña de Añejo

Doble V a la serie de fracasos del otro equipo creativo.

Pero el nuevo episodio había sido apenas una escaramuza. La madre de todas las batallas estaba en camino.

Capítulo 21

A Élida Dufau casi se le sale el corazón de la emoción cuando la voz del hombre desde el otro lado del teléfono le dijo: "¿Josecito Coli? ¡Cómo no, un momentito que ya se lo llamo!". La perseverante mujer ya hacía tres semanas completas que estaba llamando, sin fortuna, a una enorme cantidad de clubes del país con cancha de paleta. Mejor dicho, algo de fortuna había en todo aquello porque ella ya había calculado que hasta ese día llevaba ganados unos dos mil pesos, ya que le pagaban diez pesos la hora y llevaba trabajados veinte días seguidos de diez horas cada uno. De lunes a lunes, porque la única manera de terminar algún día con el largo listado que le había suministrado el señor Enrique, era, precisamente, llamar sin descanso todos los días, tratando de que en su trabajo no se dieran cuenta.

Y la cuenta le daba dos mil pesos. La mujer estaba agotada pero feliz, después de mucho tiempo volvía a sentirse útil ayudando a todo un caballero como el ex policía, y estaba agradecida por haber sido tenida en cuenta para una labor tan delicada.

Porque eso de andar llamando por teléfono preguntando por Pepe Coli, o Pepe Collivignarelli, o José Collivignarelli, o José Coli, era una tarea donde una debía manejarse con sumo tacto. A los que contestaban sus llamados les resultaba bastante extraño que una dama llamara preguntando por un hombre que podía llegar a llamarse de cuatro maneras diferentes…

Cuando el detective le encomendó la tarea, ella se sintió parte de una película de suspenso. Además, no era para mandarse la parte, pero no cualquiera podía mantener una conversación con una persona que atendía el teléfono en un club, vaya a saber de qué

categoría, sin que le cortaran la llamada mandándola a freír churros. Y por lo general, cuando se trataba de un hombre, la conversación se prolongaba hasta que ella decidía cortar. Su voz de mujer joven y el tonito con el que les hablaba obraban milagros.

-¿Señora? Mire, justo se fue Colito, pero si quiere dejarle algún mensaje con mucho gusto se lo paso cuando ande por aquí…- le dijo el hombre después de un par de minutos. Para Élida fue un alivio, porque no tenía idea de qué excusa darle al tal Coli, qué inventar para decirle por qué lo estaba buscando. Esa alternativa la habían estado estudiando con Vedovatto, pero ninguna de las razones que él inventó le resultaban creíbles. Por ejemplo: "¿Señor Coli?, lo llamo de la empresa Manantiales de tiempo compartido para ofrecerle un espacio", o esa otra de: "¿Señor Coli?, lo llamo de la agencia de autos FIAT González Hermanos para informarle que se ha ganado la posibilidad de sacar un coche cero kilómetro con las dos primeras cuotas sin cargo…". El señor Enrique apostaba a que antes de que ella terminara la frase el tal Coli se la sacaría de encima con alguna excusa. ¿Y si él se mostraba interesado en la promoción? Iba a tener que cortarle, con el riesgo de que ahí si se diera cuenta de que todo era una farsa. De manera que era mucho mejor que el tal Coli no se encontrara en ese momento en las instalaciones del Club Jacobacci Sporting, de la ciudad homónima de la provincia de Río Negro. "¡Qué contento se va poner Enrique!" pensó, mientras tomaba el teléfono para llamarlo.

Un par de días después el hombre recorrió lentamente las callecitas de Ingeniero Jacobacci tratando de ubicar la casa de Pepe Coli. Todavía no podía creer en su buena suerte, ya que para poder ubicarlo había removido cielo y tierra, y por fin ahora sí tenía pistas concretas. El viaje en micro había sido muy largo y cansador, pero valía la pena el esfuerzo porque ahora estaba seguro de encontrarlo. Todavía llevaba bajo el brazo el diario con una noticia que le había llamado la atención hacía unos días y que llevaba leída varias veces: "Terminó en el calabozo. Perdió 37 mil pesos y se desquitó rompiendo la tragamonedas". A cualquiera la noticia podría haberle pasado desapercibida. A él no. Un hombre de su inteligencia y

perspicacia no podía dejar de prestar atención a esa crónica un tanto insólita para el común de la gente. Pero para él no. “Llegó al casino con un montón de ilusiones y de plata”, arrancaba el texto de la nota, “pero la suerte no estaba de su lado y en el lapso de dos días perdió en las tragamonedas la friolera de 37.000 pesos. Descontrolado, el apostador tomó a golpes a una máquina hasta reducirla a pedazos, y cuando quiso salir del casino con la caja registradora fue detenido por el personal de vigilancia y posteriormente arrestado por la policía. El caso ocurrió en Ing. Jacobacci, una tranquila localidad del departamento 25 de Mayo de la provincia de Río Negro, enclavada en el medio de la meseta patagónica. El hombre de unos 35 años concurre habitualmente al casino ubicado en un hotel céntrico y suele apostar enormes cifras. Ésa es la razón por la cual los empleados no se sorprendieron al verlo perder de manera compulsiva. Algunos testigos aseguran que la noche del escándalo había ingresado buscando revancha ya que el día anterior aparentemente perdió unos 20.000 pesos. Pero la mala racha continuó y el hombre perdió otros 17.000 pesos. Y entonces se descontroló, entró en crisis y comenzó a patear como un poseído la tragamonedas en la que estaba jugando hasta destruirla. Luego tomó de la máquina el contenedor de dinero e intentó huir del casino llevándose unos 15.000 pesos aproximadamente. No llegó lejos. Los vigiladores lo detuvieron en uno de los pasillos y a los pocos minutos fue trasladado hasta la comisaría 14. El episodio fue ampliamente comentado en todo Jacobacci porque el apostador compulsivo es un conocido publicista porteño que llegó al pequeño pueblo de 5.000 habitantes un año atrás para convertirse en una persona muy querida y respetada, salvo por su afición al juego. El hombre fue acusado por ‘robo en grado de tentativa` y recuperó su libertad 48 horas después.”

Publicista porteño lo había subrayado él con una birome. Después de leer la noticia intuyó que podía tratarse de Eduardo Lamarque, el colaborador y amiguito vicioso de Coli. No se había equivocado y de esa manera impensada había descubierto el paradero del famoso y brillante Pepe Coli. Lamarque lo había llevado hasta él.

Después de caminar varias cuadras por las tranquilas calles de la ciudad, llegó a la dirección que estaba buscando y tocó timbre en la modesta y prolija casita blanca rodeada de árboles y plantas. Claudia abrió la puerta de calle y con ojos desorbitados por la sorpresa se quedo inmóvil mirando al hombre que estaba, sonriente, ingresando lentamente al jardín con un arma en su mano derecha. La mujer intentó refugiarse rápidamente en su casa en el momento en que su exmarido disparó.

El tiro hirió en un hombro a Claudia, que cayó junto a la puerta de entrada. "¡Estás embarazada puta de mierda!", gritó desencajado el abogado mientras se acercaba rápidamente a la mujer caída para rematarla. Le apuntó directamente a la cabeza.

Capítulo 22

El agente de policía casi no sabía escribir. Josecito le sugirió que le dejara escribir la carta al general Juan Perón, pero el hombre se negó rotundamente. La carta debía escribirla él personalmente, para luego ocuparse de enviarla. Faltaría más. “El general todas las noches le lee a Evita, que como todos ustedes saben está embalsamada, las misivas que le llegan de todas partes con diferentes pedidos. Luego de leerlas el general siente algunas veces un llamado, como si fuera una voz, y entonces accede a cumplir con algunos pedidos simplemente porque Evita se lo está pidiendo…”, les había explicado esa noche el vigilante, antes de sentarse a la mesa de la cocina familiar para intentar escribir la carta.

Al principio la mamá de Josecito estuvo a punto de no aceptar semejante ofrecimiento, pero el miedo a complicar más aún las cosas hizo que aceptara. La carta en cuestión sería para pedirle a Perón que perdonara a don Juan, su marido, el padre de José Francisco, preso en Villa Devoto por agiotista. ¡Pobre Juan!, todo su crimen había sido contestar afirmativamente a otro agente de policía, acompañado por una cliente que lo había denunciado. Aquel mediodía fatídico, el uniformado le preguntó si la letra que aparecía en un ajado papel de almacén, con el que envolvían los garbanzos, era suya. “Sí, es mi letra”, contestó don Juan ingenuamente, sin imaginarse que en ese instante se lo iban a llevar preso a la comisaría del pueblo y de allí, sin más trámites ni juicio alguno, a la cárcel de Devoto.

En el gris papel decía “2,20” y el precio de los garbanzos era $ 1,80. El padre de Josecito se había confundido al cobrar y por ese motivo se lo llevaron preso a purgar una condena de 35 días.

Después de proceder a detenerlo como si fuera un delincuente, la policía cerró el almacén y lo clausuró con fajas de papel atravesadas en las puertas con la vergonzosa leyenda “CLAUSURADO POR AGIO”. Josecito, su madre y hermana vieron cómo se lo llevaban llorando como un chico. A José no lo golpeó tanto la situación, que comprendía a medias, como el hecho de ver llorar a su padre, un hombre fuerte como un roble, capaz de matar a un chancho con sus propias manos. Su papá llorando,… increíble.

Cuando al día siguiente de la detención vio cómo también llevaban a la comisaría, rodeado de su desesperada familia, al carnicero de la plaza, para Josecito fue de alguna manera un consuelo. Su papá no era el único del pueblo que estaba preso. Y cuando se enteró de que a don Cholo, el panadero de la otra cuadra, lo habían detenido por escuchar radio Colonia por las noches, se terminó de convencer de que el pueblo, el país, estaba en manos de gente mala y que su padre era inocente de cualquier acusación.

Por eso no entendía bien por qué su madre había aceptado escribirle a Perón, si su papá era inocente. El hecho concreto fue que el vigilante escribió la famosa carta como pudo, ayudado por Josecito, su hermana y su mamá, que le fueron dictando algunas frases de compromiso. Ninguno creyó, ni por un instante, que Perón fuera a leerla junto al féretro y muchos menos que el perdón alguna vez fuera otorgado.

Ese nítido recuerdo de su niñez lo inspiró a Pepe para redactar un comercial memorable. “Querida Ana, por fin después de mucho tiempo me animo a escribirte”, arrancaba la película, mostrando a un joven en una sala ambientada de tal manera que se prestaba como para escribir una carta romántica. Luz suave proveniente de una lámpara ubicada sobre el escritorio donde escribe un joven enamorado, junto a un marco con una foto y un angelito blanco de cerámica. Más atrás, un hermoso piano de cola. Mientras el chico escribe, se oye una voz que va relatando el texto de la carta: “Te

extraño. Si los besos se enviasen por escrito, tendrías que leer esta carta con los labios". En ese momento el redactor aprueba con un gesto lo que está escribiendo y continúa. "Soñé tanto contigo que ya no podré despertar. Es que este amor crece, mecido en mi alma inquieta".

En ese momento la cámara descubre a un cartero de Oca (logotipo en su campera violeta con cuello naranja) que está parado en la habitación junto al escritorio, de espaldas al escribiente. El cartero resulta ser el verdadero autor de la carta que está escribiendo el muchacho, su voz era la que se escuchaba todo el tiempo. El inspirado joven continúa dictando cada vez más entusiasmado. "¡Y acusadme, oh cielos acusadme!".

-¿Acusadme?-, pregunta sorprendido el escribiente.

-Síii…- responde al principio vacilante el cartero, para continuar luego con firmeza, mientras gira para hablar con el enamorado. Al quedar de espaldas a la cámara en la campera se ve claramente un enorme logo de Oca. -Acusadme le da prestancia a la carta. La… la… la magnifíca…- explica, al tiempo que se escucha la voz de un locutor en off: "¿Qué más podemos hacer en Oca para que enviar una carta le sea cada vez más fácil?".

En el cierre aparece una estampilla de OCA postal junto a la leyenda "El primer Correo Privado y el primero en llegar" en letra bastardilla similar a la que se puede utilizar en una carta manuscrita.

Al final el cartero argumenta: "Existen cartas comunes y están las cartas que dicen acusadme… acusadme está muy bien!". El chico entonces se convence y sigue escribiendo.

Al encenderse las luces del microcine, Albertopé preguntó:

-¿A quién le pungaste esta idea?

Pepe aceptó divertido la pregunta del dueño de la agencia. Era muy común en el ambiente de las agencias, sucedía todo el tiempo, que los directores generales creativos se adjudicaran méritos e ideas pertenecientes a sus equipos. Muchas veces la buena publicidad era producto de la idea de un joven e ignoto redactor, pero las palmadas en el hombro y los aumentos de sueldo los disfrutaba su supervisor creativo. En este caso Pepe estaba muy seguro de sí mismo, la idea había surgido al recordar esa anécdota tremenda de su niñez: alguien que no sabía escribir la carta apropiada, que necesitaba ayuda.

-A nadie, Alberto, esta vez me equivoqué solito…

-¿Estás seguro?– intervino Tony, que participaba de la reunión.

-¿Qué carajo estás insinuando?- le preguntó Coli que comenzaba a fastidiarse, y mucho, con el cariz que estaba tomando la conversación.

-Escuché por ahí que la idea de poner un cartero en el comercial fue del Gallego…

-Es cierto. ¿Pero qué tiene que ver? No tengo que dar ninguna explicación pero ya que surgió les aclaro. El Gallego me dijo al principio, en la primera reunión creativa: “Veo un cartero con la campera de Oca puesta”. Punto. A partir de ese momento comencé a pensar, sí, a pensar, que es algo que ustedes deberían hacer antes de decir tantas pelotudeces, cómo hacer ingresar a un cartero en un aviso piola. Y salió esto.

-Pero el Gallego te dijo “cartero”– insistió Varela.

-¡Como alguna vez Jorge Villanueva le dijo “moto” a Gabriel Dreyfus, según cuenta el loco en su libro “La publicidad que me parió”! ¿Lo leyeron? ¿No? bueno, tómense el trabajo y van a ver qué bien explica Gabriel cómo la publicidad argentina está llena de tipos que se adjudican el guión de un aviso porque alguna vez dijeron “moto”, no sé si me explico. Una cosa es que alguien te tire una punta y otra muy diferente es crear un guión sobre la base de esa punta. ¿Me disculpan? Estoy recaliente, mejor la seguimos en otro momento.

-Si alguien no hubiera dicho "moto" o "cartero" esos dos anuncios no existirían- la siguió Santamarina.

-Hasta luego- dijo Pepe, comenzando a dudar de sus propias convicciones. No era malo el razonamiento de los otros dos.

-Esperá, no te vayas todavía– le pidió Varela. Antes te quiero preguntar si el domingo viste el aviso que publicó este domingo Mercedes Benz en Clarín y Nación en homenaje al chueco Fangio. Le alcanzó un diario. Sobre un fondo de nubarrones negros con rayos de sol filtrándose entre ellos, Coli leyó:

.

“Si llega a escuchar un trueno, no piense que va a llover. Es Fangio probando un auto”.

-Excelente– reconoció–, los pibes de Ogilvy cada tanto tienen cosas lindas.

-Hernán, se llama el pibe de Ogilvy– intervino Tony remarcando a propósito el nombre del autor-, el mismo que no quiso volver a esta agencia después de haberte deseado la muerte arriba del avión que finalmente no se vino abajo– agregó. -Nunca quisiste reconocer que es muy bueno.

-Me parece que el pendejo ése no era el único que deseaba que el avión se fuera al carajo– retrucó Pepe antes de retirarse.

Mientras Pepe se dirigía a su oficina reflexionó acerca de la influencia cada vez mayor que ejercía Tony Santamarina en Albertopé, que sin ningún disimulo cada vez se recostaba más en él y tenía muy en cuenta sus opiniones. Pepe sentía que los jóvenes, por el solo hecho de ser más jóvenes, lo estaban relegando a planos intrascendentes dentro de la agencia, una especie de vía muerta donde los principales clientes le pasaban por el costado. No se engañaba, su comercial de Oca era una joyita, pero el anunciante era menor, no era una gran cuenta. Era como hacer un golazo jugando para un equipo chico, nunca saldría en la tapa de los diarios. En cambio un golazo en Boca, River o cualquiera de los grandes, siempre tendría un espacio generoso en esas tapas. ¿Cuándo había comenzado este presente? Aunque hubiera preferido

otra explicación, era consciente de que, a su edad, 47 años, la publicidad lo consideraba un viejo. Y como nunca tuvo aptitudes comerciales, jamás se animó ni siquiera a pensar en tener su propio proyecto personal, su propia agencia. La vida de Coli era la publicidad, no el negocio de la publicidad.

Cuando llegó a su oficina tomó un fibrón y escribió en la pizarra “No me mates” (el gordo Valor).

-¿Por qué esa frase Colito?– quiso saber María Antonieta que había entrado detrás suyo.

-Hoy leí en el diario que Luis Valor, el gordo Valor, famoso asaltante de blindados, fue detenido por un comisario en medio de un operativo donde lo estaban esperando. Iba caminando lo más tranquilo por una calle a pesar de que la cana lo estaba buscando intensamente, cuando un comisario lo sorprendió, se le acercó y lo esposó. ¿Sabés qué frase pronunció en ese momento el gordo? “No me mates”. Me llamó tanto la atención que quise guardarla para analizar, porque de tan rara te termina llamando la atención. Mirá que tenía frases para decir… Salvo que temiera una represalia por alguna macana grosa que se haya mandado. Puede ser…

-Hablando de frases raras– se metió en la conversación el Gallego que acababa de entrar-, cada vez que veo la película de Mantecol con el perro de la raza airdale terrier, encuentro más ridícula la frase que dice el ama de casa al abrir la puerta.

-¿Cuál, la del perrito que le lleva un regalo a la nena?– preguntó Antonieta–, no me digas que ese aviso no te gusta…

-¡Me encanta! Pero precisamente por eso les hago el comentario… Con otra frase el aviso sería perfecto. ¿Vieron cuando el perro toca timbre? Bueno, la mujer al abrir la puerta y meterse el perro dice "¿Pero qué hace este perro en la casa?. Pensalo bien, Antonieta, si vos abrís la puerta de tu departamento y, en ese momento, sin pedir permiso, se te mete un perro,… ¿vos dirías "Pero… ¿qué hace este perro en la casa? Se me ocurren diez frases distintas, mucho más reales, jamás la que le hicieron decir a esta mina. No entiendo como Carlitos Sorín, que es un maestro de la espontaneidad, la permitió– terminó el Gallego.

-¡Che! Qué buena frase para la colección– opinó Memorex que también se había sumado al grupo, mientras miraba la pizarra. Hablando de matar, de muertos, no puedo creer la seguidilla de ídolos que se nos están muriendo, primero Monzón, después el zurdo Lausse, ahora Fangio…

-Difícilmente vuelvan a aparecer dos boxeadores como Monzón y Lausse– acotó Pepe.

-Una vez me contó el gallego Méndez Mosquera– aportó Claudia, que recién llegaba y alcanzó a escuchar el final de la conversación– que después de contratarlo a Monzón para la campaña de las camisas Perfecta Lew, éste se le apareció un día por la agencia porque, según le aclaró de entrada, tenía un problema. Méndez Mosquera se cagó todo, este me va a moler a piñas, pensó, mientras, para ablandarlo un poco, le preguntó por Susana, por la pesca, por esto, por aquello. Luego de un rato se animó a preguntarle cuál era el problema que lo había llevado hasta la agencia. "No, nada, una pavada, don Carlos, a uno de los cheques que me entregaron le falta la firma", le explicó para alivio de Méndez que solucionó el detalle inmediatamente.

Mientras todos festejaban la anécdota volvió a abrirse la puerta y entró Santiago, el infiltrado, con semblante serio y gesto de que algo grave estaba sucediendo.

–No tenemos respiro,, chabón. Se murió Soldi. También el tano De Luca. Ahora se acaba de retirar Hugo Casares. Y hoy me entero de que se murió Richard Nixon… ¡Paren, viejo! La creatividad está de luto…

-Andá a la puta que te parió– replicó inmediatamente Pepe en medio de las carcajadas generales.

Capítulo 23

Vedovatto abrió del todo la puerta de la casa y no dudó. Una de las primeras enseñanzas que le había dejado su instructor de tiro, muchos años atrás, había sido, precisamente, no dudar en el momento de disparar un arma. “Si usted saca su revólver de la cartuchera debe ser para disparar. ¿Me entiende? Si usted blande el arma no debe ser para amenazar, cuando un policía decide desenfundar es para tirar, caso contrario nunca debe hacerlo”. Contundente, como fue contundente cuando, apenas se asomó a la puerta, comenzó a disparar. Un tiro, dos, tres, cuatro, cinco.

Cuando recibió el primer impacto, el doctor Monachino alcanzó a mirarlo con estupor. Antes de dejar este mundo para siempre, seguramente se habrá preguntado quién era ese hombre que lo estaba matando. Después de su decidida y oportuna intervención, Vedovatto se sentó en el escalón del porche y apoyó la cabeza de Claudia en sus piernas, mientras gritaba desesperadamente pidiendo ayuda. El hombre gritaba y lloraba al mismo tiempo, mirando desconsolado a la mujer ensangrentada que yacía desmayada en sus brazos.

“Tragedia en Ingeniero Jacobacci. Hieren de un disparo a una mujer embarazada y cae el exmarido. La víctima tiene 38 años y había denunciado malos tratos de su ex pareja.” En su despacho de la agencia, Varela leyó la noticia sin poder dar crédito a lo que relataba la crónica. “La venía buscando desde hace muchos meses. Lo que en definitiva hizo el exmarido en el mediodía de ayer en Jacobacci fue terminar de la peor manera con su obsesiva persecución: le disparó a Claudia, su exesposa, de 38 años, madre de su hijo Facundo, y que hace siete meses y medio está embarazada de su actual pareja, el conocido publicista Pepe Coli. Precisamente este último le comentó a Clarín que “se sabía que esto iba a pasar`. Coli llegó a su casa minutos después de la agresión y se

encontró con un cuadro horroroso: su mujer herida en los brazos de un investigador privado que disparó varias veces contra el agresor, hasta matarlo. Inmediatamente acompañó a su mujer hasta una clínica de la ciudad, adonde fue trasladada en una ambulancia que los vecinos llamaron prestamente. ‘No sólo nosotros sabíamos que la tragedia podía producirse’, explicó Coli a este cronista. ‘Tanto la policía como la justicia recibieron cuatro denuncias en los últimos veinticuatro meses por amenazas que recibía Claudia permanentemente. La última fue hace un año y medio y eso motivó que nos estableciéramos en esta ciudad, para intentar comenzar una vida nueva lejos de la amenaza que este loco representaba’. En su momento la fiscalía de turno solicitó al Juzgado de Garantías que le prohibiera a Monachino acercarse a su exesposa, pero el pedido fue rechazado bajo el argumento de que no había pruebas suficientes.”

El artículo periodístico continuaba, pero Varela ya había leído lo que más le interesaba. Coli estaba en esa ciudad ¿cómo era? Sí, Ingeniero Jacobacci, en Río Negro. El artículo no aclaraba el estado actual de Claudia, pero Varela igual decidió viajar para intentar entrevistarse con Pepe. Tomó el teléfono y le pidió a Clara que se aprestara a viajar inmediatamente.

Cuarenta y ocho horas se produjo el encuentro tan deseado, tan buscado desde hacía varios meses.

-Hola, Policarpo, ¿cómo estás?- lo recibió Pepe, no sólo mencionando su primer nombre sino además tuteándolo por primera vez en su vida.

-Bien, Colito, bien. Sé que Claudia está fuera de peligro pero contame cómo está por favor– repuso amigablemente Varela, que no tenía la menor intención de arruinar su esperado encuentro con el ex director general creativo de su agencia.

-Está muy bien, gracias a Dios. Por suerte la bala le pegó en el hombro y salió por el omóplato, sin mayores consecuencias salvo el dolor y por supuesto el susto que todos nos pegamos. Están muy bien tanto ella como el futuro bebé. Pero antes de continuar con esta conversación quiero aclararte algo, Albertopé, yo acepté recibirte por expreso pedido de Enrique, a quien Claudia le debe la vida. En realidad quiero que sepas que no tengo ningún interés en verte.

-Tenés razón, Pepe– reconoció el empresario publicitario, apelando a una de sus frases más usadas– nosotros, mejor dicho, yo, me porté muy mal con vos. Me dejé llevar por los consejos, las habladurías de Tony y su dupla Edgar y Jorge. No sé en qué estaba pensando… Posiblemente es que me estoy volviendo viejo. Yo nunca debería haberte dejado marchar, Pepe. Te pido humildemente que me perdones, que trates de recordar los buenos momentos que compartimos, que fueron muchos, y trates de perdonar las cagadas que me mandé, cagadas de viejo pelotudo. Mi peor castigo, mejor dicho mi mejor castigo ya lo tuve. Tony primero y Edgar y Jorge después, se fueron con Zugasti, ahora laburan para ese hijo de puta. Bah, seguramente están laburando para ellos mismos, esperando el momento de coparle la agencia.

-¿Sabés lo que más me dolió, Alberto? Que vos también te subieras al carro de los que decían que ya estaba viejo,… a los cincuenta años. Puede ser que esté viejo, pero el cerebro lo tengo intacto… todavía. Me alegro por vos de que te los hayas sacado de encima, seguramente vas a encontrar gente capaz que no te haga la vida imposible.

-Precisamente por este tema te estuve buscado, Colito. Estoy a punto de perder a Telefónica, que en estos dos últimos años se convirtió en el mejor cliente de la agencia. Vine a buscarte para

pedirte que hagas la próxima campaña de la empresa, te lo pido por favor, por la parte económica no habrá problemas…

-Ni lo sueñes– lo cortó Pepe.

Capítulo 24

Pepe nunca se iba a poder sacar de la boca el gusto amargo de su partida de Alberto P. Varela Publicidad. Si bien se había ido por voluntad propia, no era menos cierto que los sucesos que motivaron su alejamiento definitivo y que habían desembocado en su renuncia, fueron en su momento provocados por varios de los componentes de la agencia, encabezados por Albertopé.

Eso sí: reconocía que, después de tantos meses y de haber podido tranquilizarse, descansar, tomar distancia, después de haber reflexionado una y otra vez acerca de lo sucedido, había llegado a la conclusión de que él había tenido mucha responsabilidad en el giro que tomaron las cosas en aquel momento. En su fuero íntimo tuvo que admitir que en los últimos tiempos se había terminado por convertir en "el profeta del fracaso" de la agencia, como lo había bautizado Santamarina el día en que comenzó "la madre de todas las batallas", es decir, durante la última y gran polémica en la que se había involucrado y que motivara su deseo de irse para siempre.

"¿Otra vez el profeta del no va a andar?", había disparado aquella mañana en la agencia su rival creativo, cuando Pepe estaba criticando ferozmente al último comercial creado por ese equipo.

-Mirá, Alberto, comenzó diciéndole a su jefe, vamos a pasar por alto que vi por primera vez este aviso anoche en mi casa, o sea, nadie me lo mostró antes de salir al aire-. Silencio incómodo. -Lo que me preocupa es que este comercial no tiene absolutamente nada que ver ni con la marca ni con el producto que intenta vender. Es una pieza divertida, pero sin asociación de la anécdota con la marca. Está condenado al fracaso, como otros trabajos que salieron últimamente de esta agencia, de la cual todavía soy la cabeza

creativa, mal que le pese a muchos-, finalizó Pepe mirando fijamente a Albertopé.

Antes de que Santamarina pudiera tomar la palabra otra vez, después de haber bautizado a Coli “profeta”, Varela replicó con firmeza. “Mirá, Coli, sinceramente desconozco por qué nadie te mostró el aviso antes de su estreno, pero más allá de ese detalle quiero que sepas que yo personalmente lo aprobé. No me podrás negar que la dirección actoral es brillante, Luis Puenzo en persona se encargó del casting y la elección de esta actriz,… ¿cómo se llama?... Sí, Elena Garde, me parece un hallazgo. Su rol de profesora de francés está muy logrado, lo mismo que las morisquetas del mozo. De manera que si el aviso tiene asociación o no de marca, el tiempo lo dirá. Te aclaro que el cliente está fascinado y ya sueña con barrer con cuanto festival de publicidad haya…

-¿Y desde cuándo los comerciales se hacen para ganar premios?- preguntó amoscado Pepe.

-Ahorrate los sarcasmos, Pepe, sabés muy bien que soy el primero en no darle demasiada importancia a los premios, pero también sabés que a ciertos clientes les encanta ganar uno– lo cortó el presidente.

-Además– se animó Tony ante el respaldo que le estaba dando Varela–, estoy seguro de que este comercial genera una gran recordación de marca y un buen vínculo entre la gente y la marca…

-Dentro de seis meses la gente no va a tener idea de la marca. En las investigaciones van a decir que era de un vino “Richelieu”– contestó Pepe que cada vez estaba más nervioso. -Por favor, ¿podríamos

verlo juntos?

Albertopé tomó un control remoto que estaba sobre su escritorio, apuntó a la videocasetera ubicada a un costado, rebobinó el casete VHS y apretó play. A nadie le llamó la atención que el casete que estaba en el equipo justamente contuviera el aviso de Consolidar. Los tres miraron atentamente el televisor.

La cámara recorre un elegante restaurante. En primer plano se ve a una pareja mayor eligiendo su menú. Un mozo alto, con un delantal que le cubre toda la parte delantera de su cuerpo, pregunta solícito:

-Y para beber… ¿me acepta una recomendación?

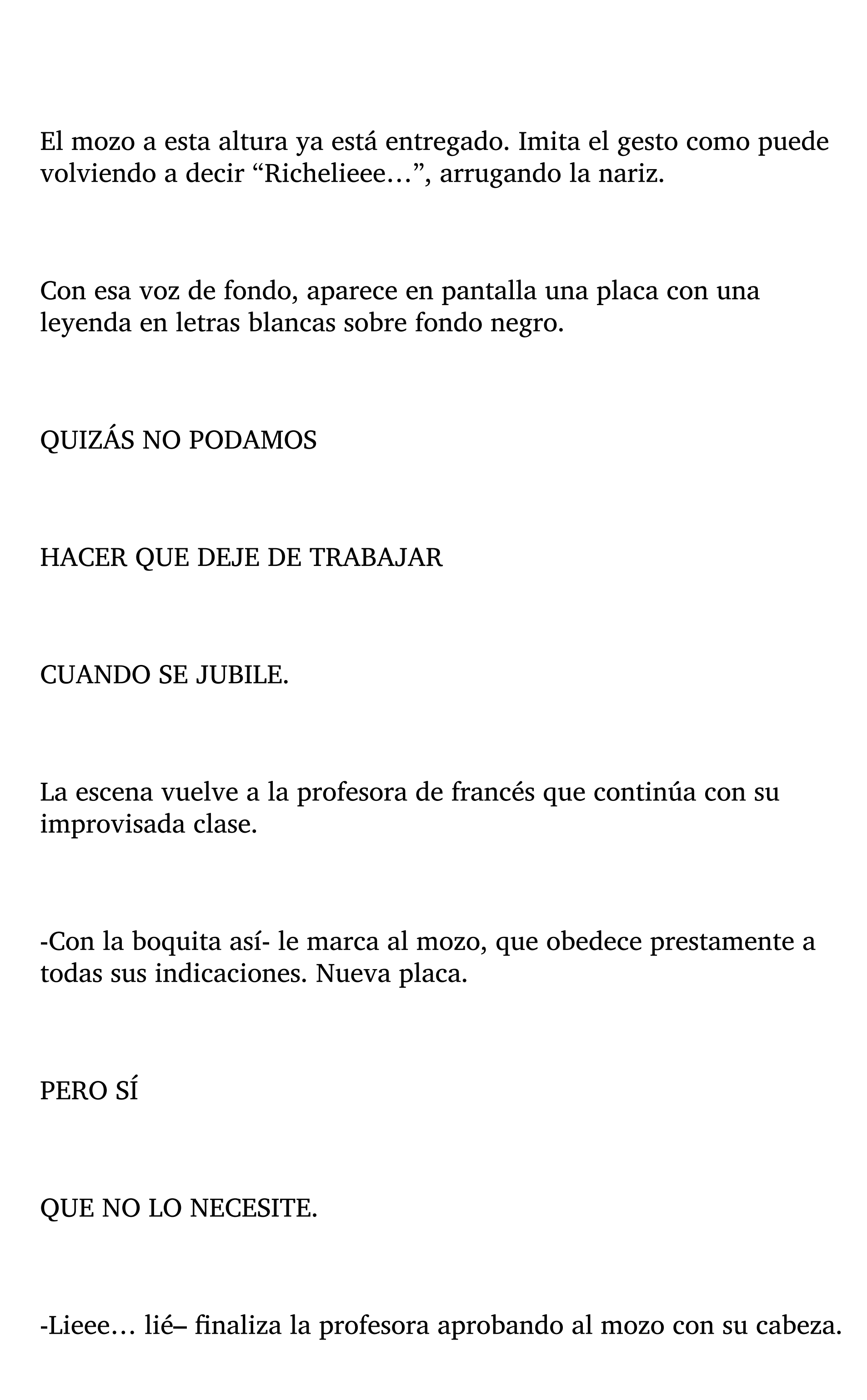
-Bueno, ¿a ver?- acepta el hombre.

-Hoy tenemos… un exquisito Cható Richelieu…

-Nooo…- interrumpe la mujer, mientras se saca los lentes con los que estaba leyendo la carta–. Sható Rishelié, Rishelié… - lo corrige al sorprendido mozo.

-Bue…- dice el mozo enarcando graciosamente una de sus cejas, mientras sonríe nervioso.

-Shatóoo…- insiste la mujer, mientras se toma la nariz para dramatizar la manera de pronunciar mejor.



El mozo a esta altura ya está entregado. Imita el gesto como puede volviendo a decir “Richelieee…”, arrugando la nariz.

Con esa voz de fondo, aparece en pantalla una placa con una leyenda en letras blancas sobre fondo negro.

QUIZÁS NO PODAMOS

HACER QUE DEJE DE TRABAJAR

CUANDO SE JUBILE.

La escena vuelve a la profesora de francés que continúa con su improvisada clase.

-Con la boquita así- le marca al mozo, que obedece prestamente a todas sus indicaciones. Nueva placa.

PERO SÍ

QUE NO LO NECESITE.

-Lieee… lié– finaliza la profesora aprobando al mozo con su cabeza.

Placa final.

CONSOLIDAR afjp

EL FUTURO EN PRIMER LUGAR.

-Está buenísimo, Coli, ¡dejate de joder!!!- exclamó entusiasmado Varela, genuinamente convencido de la pieza.

-Coincido– aceptó Pepe. -Es una buena idea y está muy bien dirigida, pero debieron trabajarla más. No hay presencia de marca. A ver,… decime Tony… ¿qué nombre le pusieron a esta pieza?

-Francés– contestó el creativo.

-¿Y en la jerga interna, entre ustedes, cómo lo llaman?

-Richelieu…- reconoció a regañadientes.

-¿Ves?– continuó Pepe cada vez más convencido, –si la AFJP se llamara Richelieu estaríamos en presencia de un aviso brillante, pero resulta que se llama Consolidar. Es el mismo caso del aceite La Malagueña con esta mina Zulma Faiad. La gente recuerda a “la lechuguita” pero en las encuestas casi nadie recuerda la marca del producto.

-¡Vos estás en pedo! Este es un gran aviso que va a vender un montón y que va a seguir posicionando a la marca en el target pretendido. No le busques la quinta pata al gato, Coli, dejate de joder, al final voy a creer que Tony tiene razón, de un tiempo a esta parte te has convertido en el profeta de los fracasos– le dijo el presidente, quien también estaba comenzando a levantar la voz en cada intervención.

Coli se puso de pie y se retiró con cara de resignación. Mientras caminaba por el pasillo rumbo a su oficina rumió un pensamiento que jamás saldría a la luz: el aviso era bueno, la puta que los parió, con una buena tasa de repetición seguramente tendría un buen poder de recordación.

Cuando unos meses después Seguí, el director de cuentas, le tiró un ejemplar de la revista El Publicitario sobre el escritorio y huyó presuroso, Pepe supo antes de leer la tapa, de qué se trataba. “Cannes: LA PROFE SE TRAJO EL ORO”, rezaba el título sobre una foto de la profesora hablando con el mozo, en una de las escenas del comercial. “Después de 27 años la Argentina volvió a ganar una medalla de oro en el festival más importante y prestigioso del mundo, nada menos que en la categoría Film”, arrancaba la nota. La madre de todas las batallas estaba perdida. Pepe sintió que su final en la agencia estaba próximo: con este triunfo, los pendejos creativos se le subirían sobre los hombros, Albertopé los consideraría más que nunca y los rumores de que él, Pepe, estaba poniéndose viejo para este laburo, se acrecentarían. ¿Viejo él? por favor… Guardando las distancias, era como si alguien alguna vez hubiese dicho que Chaplin estaba viejo para hacer cine, Picasso para pintar o McCartney para componer música.

Y pensar que en algunos países, como Inglaterra, los directores veteranos, de más de 60 años, eran prácticamente venerados, buscados, todos los anunciantes soñaban con filmar con alguno de esos directores consagrados. Y ni hablar de los head creatives o

como carajo se llamaran, los capos creativos de muchas agencias, tipos de más de 50 cuya palabra era respetadísima pero que, más allá de eso, todavía seguían creando a la par de los equipos jóvenes, consultados por éstos. Y nunca despreciados, como sí sucedía en la Argentina, donde un tipo al cumplir los 40 corría el riesgo de no trabajar nunca más en su vida, si tenía la desgracia de perder su actual empleo.

Pepe no lo pensó más. Echó una última mirada a su despacho, lo recorrió con una mezcla de nostalgia y alegría, y se detuvo en la pizarra para leer una vez más todas las frases allí escritas.

Una de ellas le llamó la atención en ese momento tan particular que estaba viviendo. Sonrió para sus adentros y se dirigió al despacho del presidente de la agencia.

Desde afuera se oían gritos, risotadas, conversaciones en voz alta, por lo que no se molestó en golpear la puerta. La abrió lentamente y se encontró con un gran festejo del que participaban muchos empleados de la agencia. Varela, al verlo, comenzó a dar la vuelta alrededor de su escritorio con una botella de champagne en una mano y una copa vacía en la otra, mientras le decía algo así como "estamos festejando el oro de Cannes". Pepe lo detuvo con un movimiento de su brazo extendido mientras de a poco las voces iban disminuyendo su volumen. A nadie se le escapaba que Pepe Coli no formaba -y posiblemente no formaría- parte de ese festejo.

-No te molestes, Albertopé– dijo Pepe en voz baja pero perfectamente audible. –Vine a decirte que me voy de la agencia.

Y antes de que Varela dijera algo, dirigió una última mirada a todos los presentes, a todos los pendejos creativos que lo miraban

burlonamente, y con mucha tranquilidad agregó:

-Anoche tuve una pesadilla. Soñé que me parecía a ustedes.

Y se fue, jurando que nunca más volvería.

Capítulo 25

-¿Y cómo hiciste para convencerlo a Coli?– le preguntó Clara a Albertopé cuando éste regresó de Ingeniero Jacobacci.

-Le hice una oferta que no pudo rechazar– respondió con tono burlón el presidente, imitando al Don Corleone de la película El Padrino.

-¿Mucha guita?

-Nada, aunque te parezca mentira. Por supuesto que arreglamos una cifra interesante, pero accedió a venir por otras causas. Siente que está otra vez en carrera, que su trabajo de tantos años valió. Viene por la revancha Clarita… En otras palabras: se siente reconocido.

-Viene por la gloria.

-¡Exacto! Y le tengo mucha fe. Además, le hice notar que si Vedovatto estaba en Jacobacci y pudo salvarle la vida a Claudia fue gracias a mí, que lo contraté para intentar ubicarlo a él...

……………………………………………………………………………………………

-¿Ande está el campeón del mundo?– dijo a manera de saludo el

gallego Giménez al llegar al búnker aquella mañana. Desde que Pepe le había contado aquella anécdota de su niñez con el Manco, la frase se había convertido en su saludo matutino. El latiguillo ya formaba parte de la rutina diaria, pero esa mañana fue como si Coli lo hubiera escuchado por primera vez. En lugar de contestar el saludo, lo miró fijamente y con un brillo en los ojos habló suavemente.

-Tengo el aviso– le dijo emocionado

Santiago, el Infiltrado, Memorex, Vittorio, Torre Nilsson, María Antonieta y el propio Gallego dejaron lo que estaban haciendo para mirarlo con expectativa. No era para menos. Desde que se habían instalado en esa suite de un lujoso hotel del centro, había pasado una semana de frustración en frustración. El aviso institucional que Telefónica quería lanzar cuánto antes, les estaba quemando el cerebro y cada día un montón de ideas habían ido a parar al cesto de papeles, durante esos siete días.

-No rompan los boletos- susurró Memo con renovadas esperanzas...

El tema no era nada fácil. Encontrar el tono para lo que el anunciante necesitaba y quería transmitir tenía al equipo pensando las 24 horas del día. Pronto se cumplirían los tres años de la privatización de ENTEL y desde un principio Telefónica había instituido desde la publicidad la cultura de una empresa que recién nacía.

Pepe había liderado todas las comunicaciones publicitarias, desde el comienzo. Uno de sus hallazgos había sido la creación del eslogan “Hablamos con hechos” bajo el argumento de que la empresa debía comunicar solamente lo concretado, dejando de lado las promesas.

Ese eslogan tan logrado era uno de los motivos por los cuales Laureano Iribarne, el director de marketing de la empresa, nunca se había olvidado del creativo.

Pero el caso es que Pepe y su equipo, convocado nuevamente para trabajar especialmente en la nueva campaña, no daban pie con bola. Una de las condiciones de Pepe había sido la de alquilar esa suite para poder trabajar tranquilos lejos de las urgencias, ruidos, teléfonos, gritos y conversaciones de la agencia.

Estaban cómodos, trabajando cada día desde las once de la mañana hasta casi las nueve de la noche. Y nada. El objetivo de Telefónica era comunicar la obra que estaban haciendo en todo el país, no solamente instalando nuevas líneas sino también haciendo llegar el teléfono a territorios donde no contaban ni siquiera con un aparato. Era un plan ambicioso para los próximos tres años y la comunicación tenía que estar más cerca de lo institucional que de lo comercial, destacando que la empresa también se ocupaba de actividades no lucrativas, como era el caso de hacer llegar el teléfono a lugares recónditos.

En realidad, no era un tema tan complicado, pero Pepe quería marcar su retorno a la actividad con una pieza memorable, que no se limitara a comunicar las obras de la empresa, y nada lo había satisfecho hasta el momento. Por eso, que dijera tengo el aviso con un brillo especial en los ojos, ese brillo que tan bien conocía el grupo, no era poca cosa.

-Veo a un paisano hablando por primera vez por teléfono, desde su terruño. Algo así como el Manco hablando en Teodelina, con esa manera tan particular de expresarse– arrancó Pepe entusiasmado.

-Y, en lugar de decir ’Ánde está el campeón del mundo, podría decir algo así como “¡Hola vieja, a que no sabés de ‘ánde te estoy hablando?– agregó el Gallego, que estaba comenzando a captar la idea.

-¡Exacto!– aprobó Pepe al mismo tiempo que ponía en funcionamiento el grabador.

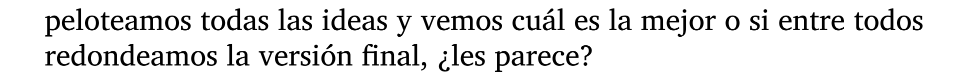
-Pero, más que en Teodelina, yo creo que mejor sería filmar en un pueblito del sur porque es una de las zonas más desarrolladas por el cliente– intervino Santiago. Vos venís del sur, Pepe, seguro que conocés algún pueblito casi ignoto, de esos nacidos alrededor de las estaciones donde cargan la lana.

-Cada tanto voy a comer un asado a un pueblito que se llama Clemente Onelli y creo que podría ser ideal. Queda a unos 150 kilómetros de Bariloche y la gente es muy macanuda, como en todos esos lugares.

-Los lugareños deberían ser los actores del aviso– aportó Torre Nilsson, –nada de modelos. Caras de mapuches, si es posible, gente auténtica del pueblo, que no actúe.

-Creo que tengo al protagonista principal– agregó Pepe entusiasmadísimo. -Es el comisario de Clemente Onelli, mi amigo el sargento Sabino Morales, ¡pa’ lo que guste mandar!– cerró con énfasis, desatando aplausos y risas de todos, que también sentían que, por fin, estaban en el buen camino.

-Pónganse a redactar el aviso definitivo– pidió Coli. -Esta tarde


peloteamos todas las ideas y vemos cuál es la mejor o si entre todos redondeamos la versión final, ¿les parece?

No obtuvo respuesta alguna. Antes de que terminara de hablar, todos ya estaban creando en sus respectivos lugares. El equipo, al cual Pepe había logrado reunir nuevamente, estaba pensando.

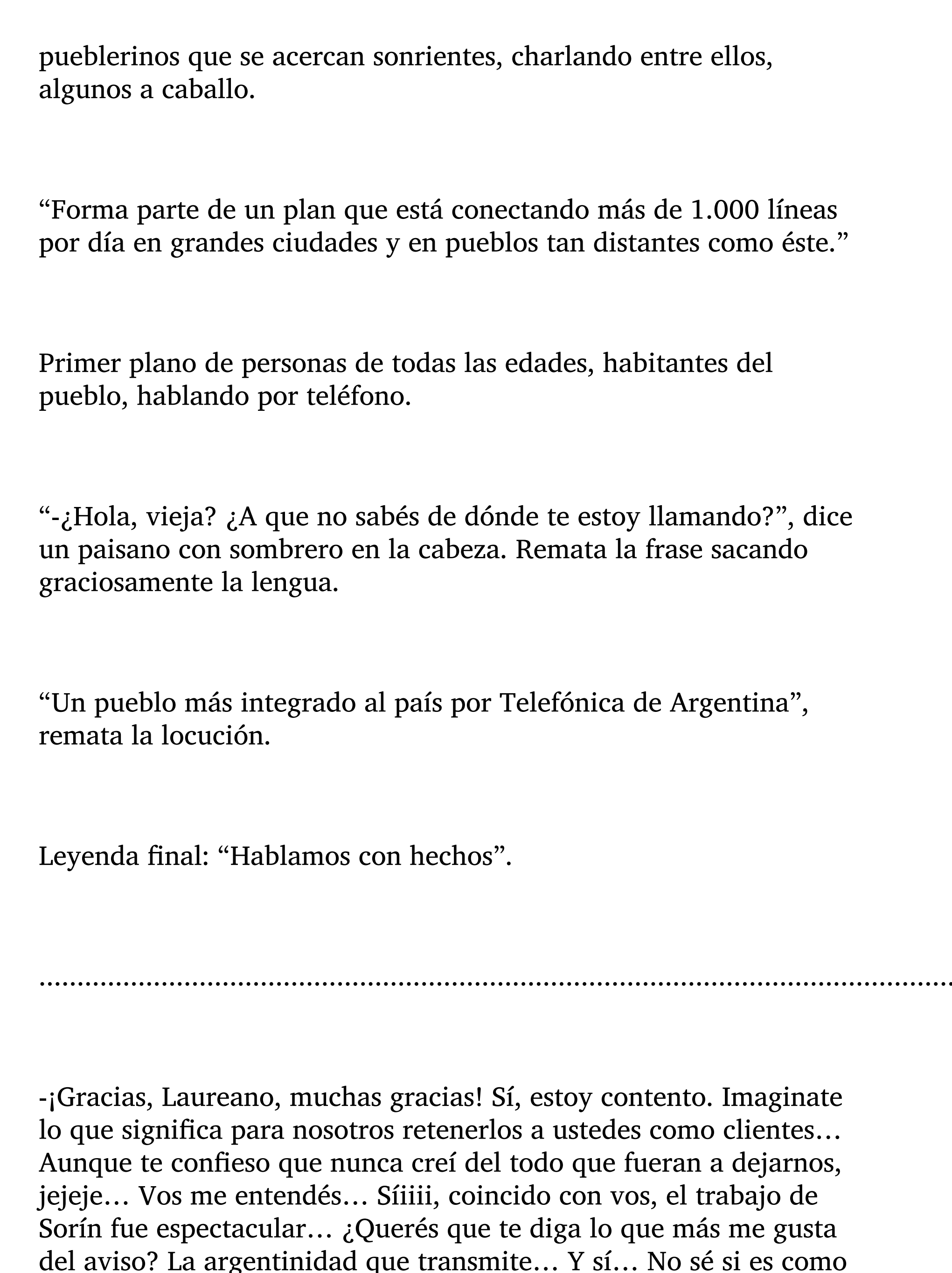
Vista de una localidad de campo, terrenos áridos y ventosos, sierras de fondo, casas bajas, postes de electricidad de madera.

“Clemente Onelli, a 425 kilómetros de General Roca, Río Negro”, relata en off el locutor.

Primer plano de un hombre anudándose un pañuelo al cuello. Pasa a una mujer que le pone un gorro en la cabeza a un chico. En una rápida sucesión de imágenes, la cámara toma un primer plano de una rastra de lujo, dos hombres mirando a través de una ventana, una familia caminando por las vías del tren, chicas caminando y saltando con vestidos domingueros por una de las pocas veredas del pueblo.

“Sus 34 familias están de fiesta.”

Camioneta de Telefónica, con sus característicos colores verde y azul, tomando una curva de ingreso a la localidad. El camino es de tierra o mejorado. La camioneta entra y se detiene, se ve a muchos



pueblerinos que se acercan sonrientes, charlando entre ellos, algunos a caballo.

“Forma parte de un plan que está conectando más de 1.000 líneas por día en grandes ciudades y en pueblos tan distantes como éste.”

Primer plano de personas de todas las edades, habitantes del pueblo, hablando por teléfono.

“-¿Hola, vieja? ¿A que no sabés de dónde te estoy llamando?”, dice un paisano con sombrero en la cabeza. Remata la frase sacando graciosamente la lengua.

“Un pueblo más integrado al país por Telefónica de Argentina”, remata la locución.

Leyenda final: “Hablamos con hechos”.

....

-¡Gracias, Laureano, muchas gracias! Sí, estoy contento. Imaginate lo que significa para nosotros retenerlos a ustedes como clientes… Aunque te confieso que nunca creí del todo que fueran a dejarnos, jejeje… Vos me entendés… Síiiii, coincido con vos, el trabajo de Sorín fue espectacular… ¿Querés que te diga lo que más me gusta del aviso? La argentinidad que transmite… Y sí… No sé si es como para presentar en algún festival, es muy nuestro. De lo que estoy seguro es de que tiene gran llegada a la gente… Gracias,

Laureano… Yo también te felicito a vos por aprobarlo, gracias, gracias, gracias.

Alberto Varela, Policarpo, cortó complacido. El placer de retener a un cliente importante solo podía compararse con Clarita gateando debajo de su escritorio.

La idea de Pepe de ir a festejar el regreso de todos a la publicidad grande de la Argentina fue muy bien recibida por todos. Especialmente Pepe sentía que había ganado el Carlos Pellegrini de atropellada...

El lugar elegido fue el club de barrio donde Ariel Memorex había tenido su aventura amorosa. Cuando Pepe se enteró de que ese sábado habría baile en la pista de básquet, no dudó un instante y organizó el festejo para todo el equipo. Qué lindo poder regresar a un club de barrio, como el que seguramente todos ellos habían conocido en la niñez.

De todas maneras, Memo temía el encuentro con Sandra, la bufetera, a la que hacía un tiempo no veía.

Ese sábado a la noche los integrantes del equipo de Pepe, más todos aquellos de la agencia involucrados de alguna manera con el lanzamiento del nuevo comercial, ocuparon una larga mesa. Estaban todos, comenzando por Albertopé y su inseparable Clara, que ocuparon una de las cabeceras. Del otro lado Pepe y Claudia, esta última radiante, totalmente repuesta y feliz por la vuelta al ruedo de su ¿próximo marido? A su lado se ubicó Vittorio muy bien acompañado por una hermosa rubia, que resultó ser la diosa que había conocido en Solos y Solas, la del moquito.

-Te dije que te iba a llamar– le susurró al oído Claudia en un momento dado.

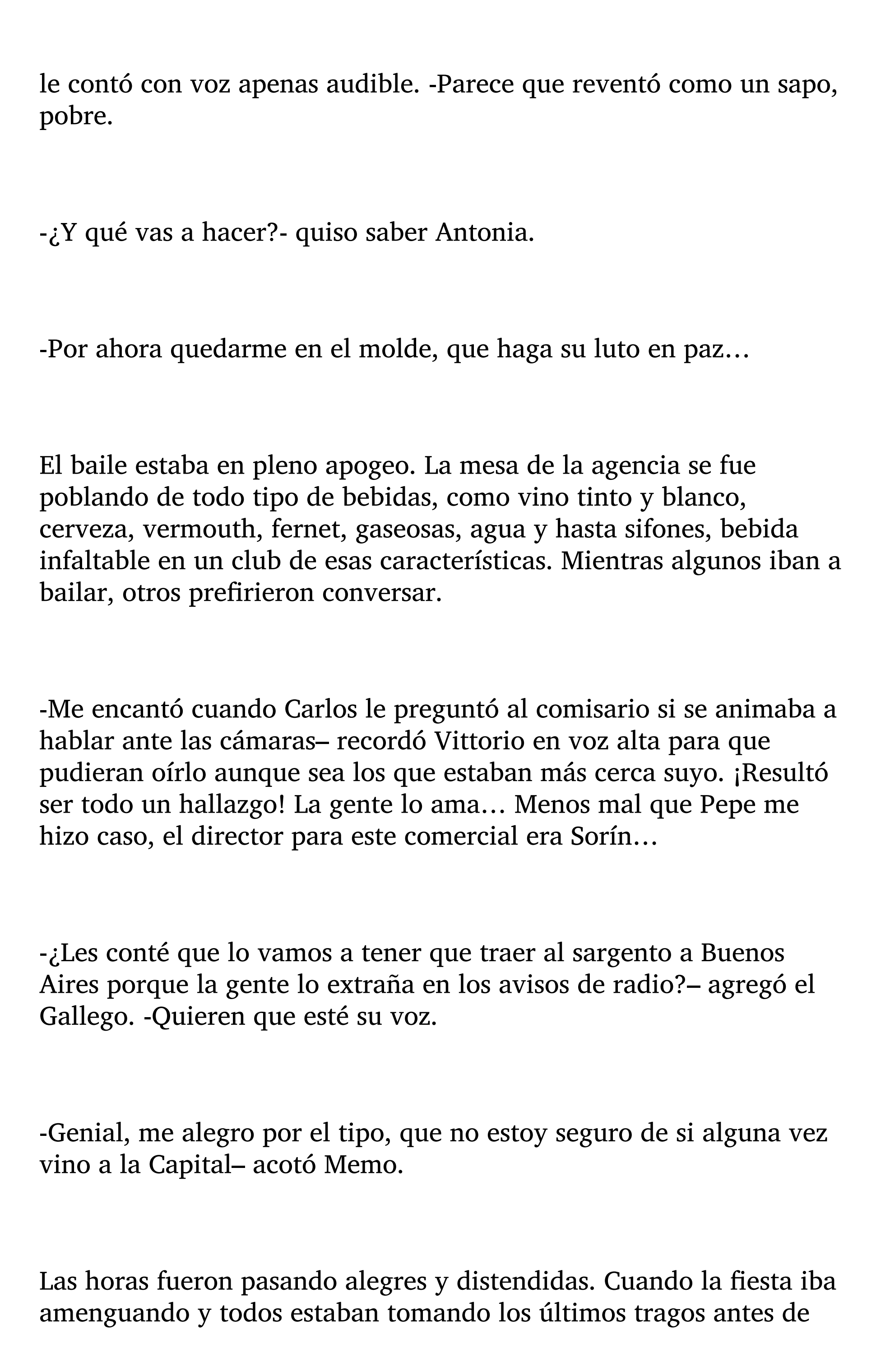
Un poco más allá se ubicó el Gallego junto a su esposa, Carmen, muy acaramelados, tomados todo el tiempo de la mano. Se los veía felices. Hacia la izquierda de Pepe se ubicaron el investigador Vedovatto y su flamante pareja, la señora Élida Dufau, la paciente telefonista.

-Estoy contento, cómo no, por haber cumplido con Don Enzo y el señor Varela– le comentó el ex policía a Pepe. –Pero en estos momentos es cuando me acuerdo de un cliente al que no logré ayudar en un tema muy delicado con una hija suya. Es una asignatura pendiente, quizás algún día pueda ir y decirle “éste es el hombre que está buscando”, como en el caso suyo, Coli, salvo que a usted lo buscaba por motivos muy diferentes, por supuesto.

Junto a Élida estaban sentadas las dos secretarias invitadas, Lidia y Beatriz, charlándose todo. Más allá se ubicaron Memorex, Santiaguito y Eduardo, el ludópata, éste último ansioso porque lo primero que había hecho al llegar al club fue averiguar si la sala de juego funcionaría esa noche. Respuesta positiva y a contar las horas hasta que fuera habilitada, posiblemente después de las tres de la mañana.

Junto al jugador empedernido estaba María Antonieta, hermosa como siempre, que no pudo resistirse a preguntarle a Memo por la bufetera y el marido.

-Callate que me acabo de enterar de que el tipo murió hace un mes-



le contó con voz apenas audible. -Parece que reventó como un sapo, pobre.

-¿Y qué vas a hacer?- quiso saber Antonia.

-Por ahora quedarme en el molde, que haga su luto en paz…

El baile estaba en pleno apogeo. La mesa de la agencia se fue poblando de todo tipo de bebidas, como vino tinto y blanco, cerveza, vermouth, fernet, gaseosas, agua y hasta sifones, bebida infaltable en un club de esas características. Mientras algunos iban a bailar, otros prefirieron conversar.

-Me encantó cuando Carlos le preguntó al comisario si se animaba a hablar ante las cámaras– recordó Vittorio en voz alta para que pudieran oírlo aunque sea los que estaban más cerca suyo. ¡Resultó ser todo un hallazgo! La gente lo ama… Menos mal que Pepe me hizo caso, el director para este comercial era Sorín…

-¿Les conté que lo vamos a tener que traer al sargento a Buenos Aires porque la gente lo extraña en los avisos de radio?– agregó el Gallego. -Quieren que esté su voz.

-Genial, me alegro por el tipo, que no estoy seguro de si alguna vez vino a la Capital– acotó Memo.

Las horas fueron pasando alegres y distendidas. Cuando la fiesta iba amenguando y todos estaban tomando los últimos tragos antes de

irse, Pepe llamó a Sandra, la bufetera, que en ese momento acertó a pasar cerca de la mesa.

-Señorita, ¿sería tan amable de traerme un whisky con cinco hielos?

Los más cercanos alcanzaron a oír divertidos el pedido tan puntual de Pepe, imaginándose que estaban en presencia de alguna de las excentricidades del creativo. A lo largo de los últimos años se habían ido acostumbrando a sus bromas, sobre todo cuando estaba de jarana.

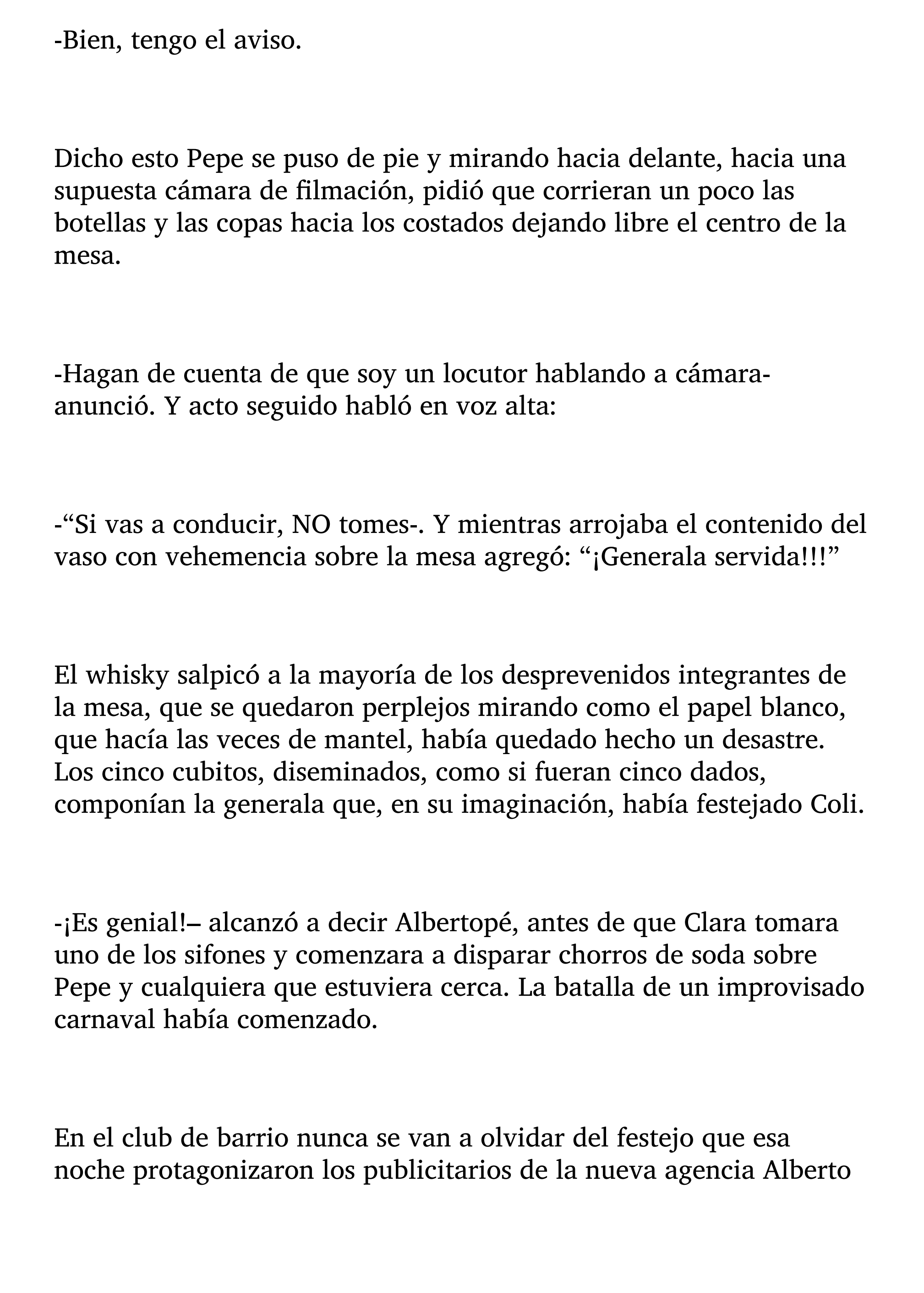
A los pocos minutos la hermosa chica le sirvió una generosa medida y le dejó un baldecito con hielo.

-Muchas gracias, pero se lo pedí con cinco cubitos por favor…

Ahora si toda la mesa intercambió miradas de desconcierto. Cuando Sandra volvió con más hielo, Pepe tomó ceremoniosamente su vaso lleno de whisky y lo completó con cinco cubitos, hasta casi hacerlo desbordar. Luego se dirigió a su jefe, que desde el otro lado de la larga mesa no se perdía detalle.

-¡Albertopé!– gritó, –ayer a la tarde me pediste un aviso para una campaña de seguridad en el tránsito que va a auspiciar el Concejo Publicitario Argentino.

-Correcto– confirmó Albertopé– será nuestro aporte sin cargo a una causa de bien público– continuó ceremonioso a propósito, como



siguiendo la jodita de Coli.

-Bien, tengo el aviso.

Dicho esto Pepe se puso de pie y mirando hacia delante, hacia una supuesta cámara de filmación, pidió que corrieran un poco las botellas y las copas hacia los costados dejando libre el centro de la mesa.

-Hagan de cuenta de que soy un locutor hablando a cámara- anunció. Y acto seguido habló en voz alta:

-"Si vas a conducir, NO tomes-. Y mientras arrojaba el contenido del vaso con vehemencia sobre la mesa agregó: "¡Generala servida!!!"

El whisky salpicó a la mayoría de los desprevenidos integrantes de la mesa, que se quedaron perplejos mirando como el papel blanco, que hacía las veces de mantel, había quedado hecho un desastre. Los cinco cubitos, diseminados, como si fueran cinco dados, componían la generala que, en su imaginación, había festejado Coli.

-¡Es genial!– alcanzó a decir Albertopé, antes de que Clara tomara uno de los sifones y comenzara a disparar chorros de soda sobre Pepe y cualquiera que estuviera cerca. La batalla de un improvisado carnaval había comenzado.

En el club de barrio nunca se van a olvidar del festejo que esa noche protagonizaron los publicitarios de la nueva agencia Alberto

J. Varela, Pepe Coli & Asociados.

Créditos

-Capítulo 2.

La frase "Lana Mamita, suave no pica" fue creada por Richard Pueyrredón, uno de los pioneros de la publicidad argentina, fundador de Pueyrredón Propaganda y padre del músico César "Banana" Pueyrredón.

-Capítulo 9.

Comercial "Coral de las Tareas"

Ficha técnica

Anunciante: Resero / Producto: Resero Blanco Sanjuanino / Agencia: Graffiti/DMB&B / DGC Jorge Villegas / DC Guillermo Saccomanno / DA: Agustín Vignau / DGCuentas Marcelo Maglione / Productora: Cinepublicitaria / Director: Juan Carlos Desanzo / Banda musical: Miguel Loubet.

-Capítulo 10.

Comercial "Sueño erótico.

Ficha técnica: Sin datos.

-Capítulo 11.

Comercial "Perro".

Ficha técnica:

Anunciante: Bagley / Producto: Criollitas / Agencia: Casares, Grey y Asociados / Supervisor general creativo: Hugo Casares / Redactora: Adriana Turchetti / Productora: Cinemanía / Director: Marcelo Epstein / Banda musical: Jacko Zeller.

-Capítulo 13.

El aviso "Carrefour tiene los huevos por el piso" fue creado por el publicitario argentino Ernesto Savaglio.

Comercial "Estatua"

Ficha técnica:

Producto: By Deep / Agencia: Tótem / Director: Néstor Lescovich.

-Capítulo 17.

Comercial "Avión"

Ficha técnica:

Producto: Cinzano / Agencia: Lautrec / Productora: Cinemanía / Director: Luis Puenzo / Banda musical: Lapouble-Ziegler

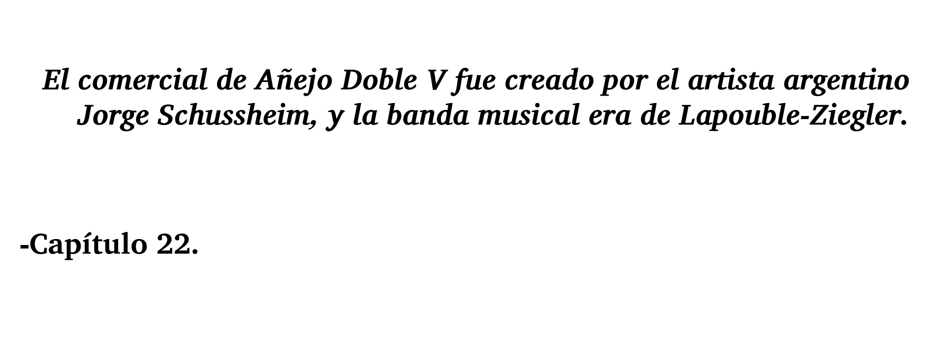
-Capítulo 19.

El aviso "Hasta ahora a usted le sobró un pedal, ahora le falta un pie" fue obra del creativo argentino Ernesto Rilova, perteneciente a la agencia Gowland.

La anécdota de la niña vendedora de jazmines fue contada por el creativo Gabriel Deyfus.

-Capítulo 20.

El comercial de manteca SanCor "Botellas" fue creado por la agencia Ortiz, Scopesi y Ratto.



El comercial de Añejo Doble V fue creado por el artista argentino Jorge Schussheim, y la banda musical era de Lapouble-Ziegler.

-Capítulo 22.

Comercial "Cartero"

Ficha técnica:

Anunciante: Oca / Servicio: Correo Privado / Agencia: Agulla&Baccetti / Redactor: Ramiro Agulla / Director de arte: Carlos Baccetti / Productora: Cinemanía / Director: Javier Blanco.

Aviso "Juan Manuel Fangio"

Ficha técnica:

Anunciante: Mercedes Benz / Agencia: Ogilvy&Mather / Supervisión creativa: Jorge Heymann / Redactor: Fernando Tchechenitsky / Dirección de Arte: Carlos Torregrosa.

El comercial "Ayudante" de Mantecol fue creado por la agencia Ayer Vázquez y dirigido por Carlos Sorín.

-Capítulo 24.

Ficha técnica:

Anunciante: Consolidar AFJP / Agencia: Lautrec Nazca S&S / DGC: Pablo Del Campo / DC: Mariano Favetto / Fernando Manzanal / DA: Toto Marelli / Hernán Jáuregui / Redactores: Marcelo Campos / Esteban Pigni / Productora: Contemporáneos / Director: Luis Puenzo.

-Capítulo 25.

Comercial "Llega el teléfono"

Ficha técnica:

Anunciante: Telefónica de Argentina / Producto: teléfonos semipúblicos / Agencia: Pragma / DGC: Jorge Agudín / DC: Andrés Acevedo / Productora: Carlos Sorín Cine / Director: Carlos Sorín / Música: Leo Sujatovich.